

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE PRESTE
SERVICIOS DE DOMICILIOS Y MENSAJERIA EN GENERAL EN
BUCARAMANGA Y SU AREA METROPOLITANA**

**ANGELICA MARIA SERRANO PEREZ
NELSON DIAZ MALDONADO**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2004**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE PRESTE
SERVICIOS DE DOMICILIOS Y MENSAJERIA EN GENERAL EN
BUCARAMANGA Y SU AREA METROPOLITANA**

**ANGELICA MARIA SERRANO PEREZ
NELSON DIAZ MALDONADO**

PROYECTO DE GRADO

**LUZ ESTELA CADENA
INGENIERA INDUSTRIAL**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2004**

Este proyecto va dedicado a mis padres que gracias a su esfuerzo y sacrificio han formado en mi una persona de bien, con metas y aspiraciones que poco a poco y gracias a Dios las he podido cumplir.

NELSON DIAZ MALDONADO

Este proyecto va dedicado a mis padres, en especial a mi madre que con esfuerzo y sacrificio ha logrado convertirme en lo que ahora soy, una persona honesta, dedicada, justa, con metas que con el tiempo y ayuda de Dios he logrado cumplir y de esta forma seguir formando cada día un mejor perfil como persona ante la sociedad.

ANGELICA MARIA SERRANO PEREZ

AGRADECIMIENTOS

Damos gracias ha Dios y ha todas las personas que directamente o indirectamente colaboraron para que este proyecto se pudiera desarrollar y especialmente a la ingeniera Luz Estela Cadena que con su experiencia y asesoria fue el soporte fundamental para lograr este objetivo.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	32
1 GENERALIDADES	35
2 ESTUDIO DE MERCADO	39
2.1 OBJETIVOS	39
2.1.1 Objetivo General	39
2.1.2 Objetivos específicos	39
2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	40
2.2.1 Usos	40
2.2.2 Especificaciones del servicio	40
2.2.3 Sustitutos	41
2.2.4 Complementarios	42
2.2.5 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia	42

	Pág.
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	43
2.3.1 Mercado potencial	43
2.3.2 Mercado objetivo	43
2.4 INVESTIGACION DE MERCADOS	44
2.4.1 Planteamiento del problema	44
2.4.2 Tipo de investigación	45
2.4.3 Método de investigación	46
2.4.4 Necesidades de información de la investigación de mercados	46
2.4.5 Sistemas de recolección de información	47
2.4.5.1 Fuentes primarias	47
2.4.5.2 Fuentes secundarias	47
2.4.5.3 Definición de población	48
2.4.5.4 Tipo de muestreo	49
2.4.5.5 Calculo de la muestra	49

	Pág.
2.5 TABULACIÓN Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA DEMANDA	52
2.5.1 Encuestas aplicadas a las unidades residenciales de Bucaramanga, Floridablanca y Girón	52
2.5.2 Encuestas aplicadas a los Laboratorios y clínicas de Bucaramanga y su área metropolitana.	63
2.5.3 Análisis de la información de la demanda.	69
2.5.3.1 Ficha técnica	69
2.5.3.2 Evolución histórica de la demanda del servicio	73
2.5.3.3 Proyección de la demanda	75
2.6 TABULACION DE LOS RESULTADOS DE LA OFERTA	78
2.6.1 Encuestas aplicadas alas empresas de mensajería y domicilios.	78
2.6.2 Análisis de la información de la oferta.	85
2.6.2.1 Ficha técnica	85
2.6.2.2 Situación actual de la competencia.	85

	Pág.
2.6.2.3 Proyección de la oferta	87
2.7 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA	89
2.7.1 Unidades Residenciales	89
2.7.2 Sector clínicas y laboratorios	89
2.8 CANALES DE COMERCIALIZACION	90
2.8.1 Análisis de los canales actuales del mercado.	90
2.8.2 Ventajas y desventajas de los actuales canales del mercado.	90
2.9 PRECIO	92
2.10 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	93
2.10.1 Objetivos	93
2.10.2 Lema	93
2.10.3 Análisis de los medios	95
2.10.4 Logotipo	95
2.10.5 Selección de medios	96
2.10.6 Estrategias publicitarias	96

	Pág.
2.10.7 Presupuesto de Publicidad	96
2.10.8 Tarjeta de presentación	98
2.10.9 Adhesivo	99
2.10.10 Volante	100
2.10.11 Directorio telefónico	100
2.11 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	102
3 ESTUDIO TÉCNICO	104
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	104
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto	104
3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto	104
3.1.2.1 La demanda	105
3.1.2.2 Capacidad financiera	105
3.1.2.3 Recurso Humano	105
3.1.2.4 Tecnológico	105
3.1.3 Capacidad del proyecto	106

	Pág.
3.1.3.1 Capacidad total diseñada	106
3.1.3.2 Capacidad instalada	106
3.1.3.3 Capacidad utilizada.	107
3.2 LOCALIZACION	107
3.2.1 Macrolocalización	107
3.2.2 Microlocalización	107
3.2.2.1 Determinación de Posibles Sitios de Ubicación	108
3.2.2.2 Definición de Factores	108
3.2.2.3 Ponderación y Puntuación de factores	108
3.2.2.4 División de Factores en Grados y Puntuación	109
3.2.2.5 Determinación de la ubicación	113
3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO	114
3.3.1 Ficha técnica del servicio	114
3.3.2 Descripción técnica del proceso de la prestación del servicio de domicilios y mensajería en general y entrega de resultados de laboratorios clínicos.	115

	Pág.
3.3.2.1 Procedimiento de servicio de domicilios y mensajería en general	115
3.3.2.2 Procedimiento entrega de resultados de laboratorios clínicos	115
3.3.3 Diagrama de operaciones	117
3.3.4 Manejo de desechos.	119
3.3.5 Control de calidad	119
3.3.6 Recursos	122
3.3.6.1 Recurso Humano	122
3.3.6.2 Recurso Físico	122
3.3.6.3 Recurso de Insumos	122
3.3.6.4 Recurso logístico	125
3.3.6.5 Distribución de planta (Oficina)	125
3.3.6.6 Logística de distribución	125
3.4 TECNOLOGIA DEL PROYECTO	127
3.5 Conclusiones sobre la viabilidad técnica del proyecto.	128
4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	130

	Pág.	
4.1	FORMA DE CONSTITUCIÓN	130
4.2	CONSTITUCION DE LA EMPRESA	130
4.2.1	Visión	132
4.2.2	Misión	132
4.2.3	Objetivos	132
4.2.4	Políticas	133
4.2.4.1	Personal	133
4.2.4.2	Compras	134
4.2.4.3	Ventas	134
4.3	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	134
4.3.1	Descripción de cargos	135
4.3.1.1	Gerente	135
4.3.1.2	Secretaria recepcionista	136
4.3.1.3	Mensajero	137
4.3.2	Perfil del cargo	138

	Pág.
4.3.2.1 Gerente	138
4.3.2.2 Secretaria recepcionista	139
4.3.2.3 Mensajero	140
4.3.3 Estructura Salarial	141
5 ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL	142
5.1 ESTUDIO LEGAL	142
5.1.1 Análisis de la legislación vigente	142
5.2 ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL	143
5.2.1 Disposiciones legales	143
6 ESTUDIO FINANCIERO	146
6.1 INVERSIONES	146
6.1.1 Inversión en activos fijos	146
6.1.1.1 muebles y enseres	146
6.1.1.2 Equipo de oficina	146
6.1.1.3 Total inversión fija	148
6.1.2 Inversión diferida	148

	Pág.
6.1.3 Inversión de capital de trabajo	148
6.1.3.1 Costos de prestación de servicios	149
6.1.3.1.1 Insumos	149
6.1.3.1.2 Mano de obra directa y Mano de obra indirecta	149
6.1.3.1.3 Consolidado mano de obra	150
6.1.3.1.4 Costos indirectos del servicio	150
6.1.3.2 Gastos de administración y ventas	151
6.1.3.2.1 Depreciaciones	151
6.1.3.3 Total inversión de capital	152
6.1.4 Balance inicial (Momento cero)	152
6.1.5 Fuente de financiación	153
6.1.5.1 Recursos propios	155
6.2 COSTOS	155
6.2.1 Costos Fijos	155
6.2.2 Costos Variables	156

	Pág.
6.2.3 Costos totales	156
6.2.4 Costos totales unitarios	156
6.3 PRESUPUESTO DE EGRESOS E INGRESOS	157
6.3.1 Egresos	157
6.3.1.1 Proyección de egresos	157
6.3.2 Ingresos	157
6.3.2.1 Ingresos anuales	158
6.3.2.2 Proyección de ingresos	158
6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	159
6.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	162
6.6 BALANCE GENERAL	162
6.7 ESTADO DE RESULTADOS	162
7 EVALUACION DEL PROYECTO	166
7.1 Evaluación Económica	166
7.1.1 Calculo de razones financieras	166

	Pág.
7.1.1.1 Razones de Liquidez	166
7.1.1.2 Razón corriente	166
7.1.1.3 Razón de Capital de Trabajo	166
7.1.1.4 Razones de endeudamiento	166
7.1.1.5 Nivel de endeudamiento	167
7.1.2 Evaluación financiera	167
7.1.2.1 Valor presente neto	168
7.1.2.2 Tasa interna de retorno (TIR)	168
7.2 EVALUACION SOCIAL	170
7.2.1 Desarrollo regional	170
7.2.2 Generación de empleo	170
CONCLUSIONES	171
RECOMENDACIONES	173
BLBLOGRAFIA	174

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 01. Utiliza los servicios de mensajería y domicilios	52
Tabla 02. Empresas mas conocidas	53
Tabla 03. Empresas mas utilizadas	54
Tabla 04. Servicios mas solicitados	55
Tabla 05. Frecuencia de utilización del servicio	56
Tabla 06. Nivel de satisfacción	57
Tabla 07. Medios publicitarios	58
Tabla 08. Horarios para la prestación del servicio	59
Tabla 09. Costo de los servicios actuales	60
Tabla 10. Aspectos a considerar en la selección de una empresa de domicilios y mensajería	61
Tabla 11. Aceptación del servicio	62
Tabla 12. Problemas con la entrega de resultados	63
Tabla 13. Solicitud del servicio de mensajería en las clínicas y laboratorios	64
Tabla 14. Aceptación del servicio	65
Tabla 15. Trabaja actualmente con una empresa de domicilios y mensajería para la entrega de los resultados	66
Tabla 16. Promedio de exámenes realizados diariamente	67
Tabla 17. Aceptaría alguna propuesta	68
Tabla 18. Evolución histórica de la demanda domicilios y mensajería en general y laboratorios clínicos	75

	Pág.
Tabla 19. Proyección demanda de domicilios y mensajería y laboratorios y clínicas	76
Tabla 20. Empresas legalmente constituidas	78
Tabla 21. Con cuantas oficinas cuenta	79
Tabla 22. Ubicación de las oficinas	80
Tabla 23. Servicios ofrecidos	81
Tabla 24. Horario de atención	82
Tabla 25. Publicidad utilizada	83
Tabla 26. Domicilios promedio diarios	84
Tabla 27. Evolución histórica de la oferta para domicilios y mensajería en general y laboratorios clínicos	87
Tabla 28. Proyección de la oferta para domicilios y mensajería y laboratorios y clínicas	88

LISTA DE GRAFICOS

	Pág.
Gráfico 01. Utiliza los servicios de mensajería y domicilios	52
Grafico 02. Empresas mas conocidas	53
Grafico 03. Empresas mas utilizadas	54
Grafico 04. Servicios mas solicitados	55
Grafico 05. Frecuencia de utilización del servicio	56
Gráfico 06. Nivel de satisfacción	57
Grafico 07. Medios publicitarios	58
Grafico 08. Horarios para la prestación del servicio	59
Grafico 09. Costos de los servicios actuales	60
Grafico 10. Aspectos a considerar en la selección de una empresa de domicilios y mensajería	61
Grafico 11. Aceptación del servicio	62
Grafico 12. Tiene problemas con la entrega de resultados	63
Grafico 13. Solicitud del servicios de domicilios y mensajería en las clínicas y laboratorios	64
Grafico 14. Aceptación del servicio	65
Grafico 15. Trabaja actualmente con una empresa que le preste este servicio	66
Grafico 16. Promedio de exámenes realizados diariamente	67

	Pág.
Grafico 17. Aceptaría alguna propuesta	68
Grafico 18. Proyección de la demanda domicilios y mensajería en general	76
Grafico 19. Proyección demanda laboratorios y clínicas	77
Grafico 20. Empresas legalmente constituidas	78
Grafico 21. Con cuantas oficinas cuenta	79
Grafico 22. Ubicación de las oficinas	80
Grafico 23. Servicios ofrecidos	81
Grafico 24. Horario de atención	82
Grafico 25. Publicidad utilizada	83
Grafico 26. Domicilios promedio diarios	84
Grafico 27. Proyección de la oferta para domicilios y mensajería en general	88
Grafico 28. Proyección de la oferta laboratorios y clínicas	89
Grafico 29. Valor presente neto	168
Grafico 30. Tasa interna de retorno	169

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 01. Análisis de la demanda de domicilios y mensajería para Bucaramanga y su área metropolitana	72
Cuadro 02. Análisis de la demanda de clínicas y laboratorios para Bucaramanga y su área metropolitana	73
Cuadro 03 Listado de precios	93
Cuadro 04. Presupuesto de publicidad	97
Cuadro 05. Capacidad instalada	106
Cuadro 06. Volumen anual de prestación de servicios	107
Cuadro 07. Ponderación de factores	108
Cuadro 08. Asignación de puntos a los factores	109
Cuadro 09. Asignación de puntos	112
Cuadro 10. Asignación de puntos a los grados	113
Cuadro 11. Recursos Físicos	122
Cuadro 12. Estructura salarial	141
Cuadro 13. Niveles de ruido de diferentes fuentes y sus efectos en la salud humana	144
Cuadro 14. Clasificación de sectores según resolución 08321/83 ministerio de salud	144
Cuadro 15. Muebles y enseres	147
Cuadro 16. Equipo de oficina	147
Cuadro 17. Total inversión fija	148
Cuadro 18. Inversión diferida	148

	Pág.
Cuadro 19. Inversión de capital de trabajo	149
Cuadro 20. Insumos	149
Cuadro 21. Mano de obra directa	149
Cuadro 22. Mano de obra indirecta	150
Cuadro 23. Consolidado mano de obra	150
Cuadro 24. Costos indirectos	150
Cuadro 25. Gastos administrativos	151
Cuadro 26. Depreciaciones	152
Cuadro 27. Capital de inversión Año 2004	152
Cuadro 28. Balance General Al inicio del proyecto (Año cero), año 2004	153
Cuadro 29. Plan de financiación, año 2004	154
Cuadro 30. Recursos	155
Cuadro 31. Costos fijos, año 2004	155
Cuadro 32. Costos variables, año 2004	156
Cuadro 33. Consolidado costos fijos y variables	156
Cuadro 34. Proyección de egresos, año 2004	157
Cuadro 35. Ingresos año 2004	158
Cuadro 36. Proyección de ingresos, año 2004	158
Cuadro 37. Punto de equilibrio año 2004	159
Cuadro 38. Punto de Equilibrio Servicio de Domicilios mensajería en general	160
Cuadro 39. Punto de Equilibrio Servicio de entrega de resultados a domicilios, laboratorios y clínicas.	161

	Pág.
Cuadro 40. Flujo de caja proyectado	163
Cuadro 41. Balance proyectado	165
Cuadro 42. Estado de perdidas y ganancias proyectado	165
Cuadro 43. Indicadores Financieros, Año 2004	167

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 01. Canal de comercialización	92
Figura 02. Procedimiento de servicio de domicilios y mensajería en general	117
Figura 03. Procedimiento entrega de resultados de laboratorio y clínicas a domicilios	118
Figura 04. Distribución de planta	126
Figura 05. Organigrama	134
Figura 06. Principales agentes generadores de ruido en Bucaramanga	144

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 01. Encuestas a Unidades Residenciales	176
Anexo 02. Encuestas a Laboratorios y Clínicas	177
Anexo 03. Encuestas a Empresas de Domicilios y Mensajerías	178
Anexo 04. Encuestas realizadas a administradores de laboratorios y clínicas y empresas de domicilios y mensajería	179
Anexo 05. Cotización tipografía y tipografía Beniz	180
Anexo 06. Cotización LALO'SPORT	181
Anexo 07 Formatos para la legalización de una empresa	182
Anexo 08. Ley 590 del 10 julio de 2000 (MIPYMES)	199
Anexo 09. Decreto 229 de febrero 1 de 1995	214
Anexo 10. Ley 99 de 1993.	226
Anexo 11. Sanciones para vehículos Automotores	247
Anexo 12. Cotización Casa del Multimueble	248
Anexo 13. Cotización RIMAX	249
Anexo 14. Cotización Extinsol	250
Anexo 15. Cotización Army Computo	251
Anexo 16. Cotización Unicomputo	252
Anexo 17. Cotización TELEBUCARAMANGA	253
Anexo 18. Cotización COIDECON	254

GLOSARIO

CORRESPONDENCIA: documentos o envíos diferentes llevados de un lugar a otro.

INVESTIGACION CONCLUYENTE: Se aplican encuestas y plan de muestreo para conocer las tendencias de la población hacia una nueva modalidad.

DOMICILIOS: Servicio utilizado por los hogares o personas para adquirir bienes o atender diligencias a través de terceros.

INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA: Recopilación de información, mediante entrevistas, observación y conversación directa con los posibles clientes.

FACTIBILIDAD: Estudio integrador y concluyente elaborado sobre base de antecedentes precisos obtenidos, de fuentes primarias de información.

MENSAJERO: Persona cuya función es ir a buscar, allí donde sus servicios son requeridos, cartas y paquetes de pequeño tamaño para llevarlos a su destinatario en un plazo muy breve de tiempo, dentro de una misma población.

MINISTERIO DE COMUNICACIONES: oficina que forma parte de la Estructura orgánica del Gobierno, encargada de regular todos los sistemas de comunicaciones del Estado.

MENSAJERÍA: Servicio para transportar documentos y pequeños paquetes de una manera rápida.

REPARTO DE CORRESPONDENCIA: servicio ofrecido a las empresas para hacer llegar a sus clientes extractos bancarios, notas de cartera, facturación y otros.

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SERVICIOS DE DOMICILIOS EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA, DEPARTAMENTO DE SANTANDER, COLOMBIA.

AUTORES: ANGELICA MARIA SERRANO, NELSON DIAZ MALDONADO **

PALABRAS CLAVES: MENSAJERIA, CORRESPONDENCIA, DOMICILIOS, ENVIOS.

DESCRIPCIÓN O CONTENIDO:

La presente factibilidad brinda a los pobladores de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana un servicio de excelente calidad como alternativa de mejoramiento en el nivel de vida.

Mercados:

La población beneficiada son los habitantes de la zona urbana de los estratos 3 al 6 y los laboratorios y clínicas del sector. El servicio consiste en: a) envíos de correspondencia y paquetes, compras, diferentes pagos, y consignaciones b) entrega de resultados de laboratorio a Domicilio. Existe un mercado altamente insatisfecho, por lo cual la oportunidad coyuntural es alta.

Técnico:

La capacidad del proyecto para el servicio de domicilios y mensajería es de 5560 unidades por mes y para resultados de laboratorio a domicilio es de 10420 unidades por mes. Por método de puntos se determinó la ubicación óptima para el funcionamiento de la empresa en la zona sur calle 105 entre carreras 29 y 30.

Administrativo y legal:

Se constituye GALÁCTICOS LTDA, como sociedad con visión, misión, objetivos y políticas. Existen los elementos jurídicos e institucionales para ejecutar el proyecto a la luz de las leyes. La mano de obra será: Administrador, secretaria recepcionista, mensajeros y un contador público titulado por honorarios.

Financiero:

La inversión para este proyecto es de \$34,895,414.00. La financiación se hará con aportes de los inversionistas en un 100%.

Evaluación del proyecto:

El proyecto causará impacto social positivo al crearse en Bucaramanga y su área Metropolitana una empresa que ofrezca este servicio de la mejor calidad y fomente la generación de empleo. La TIR sin financiación del proyecto es del 205,9124% el VPN \$315.511.148. El proyecto observado desde el punto de vista financiero es factible completamente

* Proyecto de Grado

** Instituto de Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Luz Stella Cadena.

SUMMARY

TITLE: FACTIBILIDAD OF CREATION OF AN ENTERPRISE ABOUT TAKE-AWAY SERVICES IN BUCARAMANGA CITY, SANTANDER, DEPARTAMENT, COLOMBIA.

AUTHORES: PEREZ SERRANO ANGELICA M, DIAZ MALDONADO NELSON

KEY WORDS: DELIVERIES, CORRESPONDANSE, TAKA-AWAY, SENDING

DESCRIPTION OR CONTENTS:

The present possibility brings the Bucaramanga citizens and its metropolitan area a service with an excellent quality as an alternative of improving the standard of living.

Marketind point:

The beneficiary people are the medium and uptown class inhabitants, the laboratories and the clinics of those neighbourhoods. The service consists about: a) sending correspondence and parcels, buyings, different type of paying and consignments. b) Giving take-away laboratory results. There is a market highly unsatisfied which the opportunity is even hing.

Technical point:

The capacity of the project for the delivery and take-away service is 5560 units per month and for take-away laboratory results is 10420 units per month. Through the points method was determined the perfect working place of the enterprice in the south zone, calle 105 between 29 and 30.

Administrative and lawful point:

GALACTICOS LTDA is established as a society with a vision, mission, objectives and polices. There are judicial and institutional elements to execute the project with law fundamentals. The labour force will be a manage, a secretary receptionist, some messenger and a public accountant paid by hours.

Financial:

The investment for this project is \$34,895,414.00. The finances payment will be made with all invertors contributions.

Project evaluation:

The project will cause a positive social impact to create in Bucaramanga and its metropolitan area an enterprise which offers this service with the best quality and it promotes the employment generation. The TIR without financial input is the 205.91% VPN \$315.511.148.00. The observed project from a financial point of view is possible completely.

INTRODUCCIÓN

El entorno en el que se desenvuelven las personas, tiende a absorberlas a tal punto de no permitirles cumplir o realizar algunas de sus obligaciones por falta de tiempo, es ahí donde se visualiza la oportunidad de brindar alternativas que puedan aportar a la satisfacción de las necesidades de cada uno de estos individuos, en búsqueda de su beneficio personal y profesional.

Es de apreciar la capacidad con la que los Gestores Empresariales parten de la raíz de un problema, hacia la generación de soluciones que aporten al desarrollo socio económico de la sociedad, con la generación de ideas para la creación de nuevas empresas, aplicando sus conocimientos y poniéndolos a disposición de está.

Con la creación de empresas los habitantes de Bucaramanga y su Área Metropolitana se beneficiaran en la generación de empleo, el desarrollo empresarial y social mejorando su calidad de vida.

Mediante la presente investigación, FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE PRESTE SERVICIOS DE DOMICILIOS Y MENSAJERIA EN GENERAL EN BUCARAMANGA Y SU AREA METROPOLITANA, Se brindara a la población de los estratos 3 en adelante y a los laboratorios y clínicas de la ciudad la solución de los problemas que por falta de tiempo le originan el incumplimiento de algunas obligaciones, como pagos de servicios públicos, envíos de paquetes y correspondencia, compras, entrega de resultados de laboratorios, todos estos servicio serán prestados de una forma responsable, segura y eficiente, cuidando los intereses económicos de clientes y trabajadores con precios justos.

Con el estudio de Mercados se pretende estimar si existe una demanda considerable para este servicio, teniendo en cuenta las características, su población, comportamiento y tendencias, conocimiento de la competencia debilidades y fortalezas, canal de comercialización, precio, publicidad; se definió como población en estudio a las unidades residenciales de los estratos 3 en adelante, los laboratorios y clínicas, las empresas de domicilios, todas estas que se encuentren dentro del área Metropolitana de Bucaramanga y así determinar mediante la aplicación de un método de investigación, y la utilización de herramientas necesarias, para la obtención de la información que ayude a determinar las necesidades reales del proyecto.

En el estudio técnico se determinó la capacidad inicial para el proyecto que será del 1.8% para el servicio de domicilios y mensajería y para la entrega de resultados del 10% del mercado objetivo, la oficina de operación estará ubicada en la calle 105 No. 29-98 y cuenta con un área de 20 mts²; la empresa contará con dos procesos definidos uno de ellos es el de domicilios y mensajería en general y la entrega a domicilios de los resultados de laboratorios y clínicas, el control que se realizara para los procesos será basado en los lineamientos de la administración de la calidad total donde se involucrará a todo el personal para lograr el cumplimiento de los objetivos de la empresa, de igual modo se implementara la cultura del reciclaje para el manejo de los residuos; el recurso humano de la empresa estará conformado por un Gerente, dos Secretarias recepcionistas, catorce Mensajeros y un contador publico por honorarios; la oficina contará con dos líneas telefónicas, dos word sender, 14 beeper, un equipo de computo y con los recursos físicos necesarios para su buen funcionamiento.

Esta empresa se constituirá como una sociedad de responsabilidad limitada y se registrará ante la ley con todos los parámetros que esta exige; estará direccionada por una cultura organizacional teniendo en cuenta sus objetivos , políticas, misión y visión a la hora de tomar decisiones.

El proyecto no generara consecuencias ambientales y se realizaran controles al ruido, para que los vehículos no excedan los decibeles establecidos, de igual forma se realizara control de gases (CO2) mediante el mantenimiento y sincronización periódica de las motos.

En el estudio financiero se determinarán los elementos financieros del proyecto como, la inversión fija diferida para la puesta en marcha del proyecto, el capital de trabajo necesario, los costos de operación en que se incurrirá en la prestación del servicio, el precio de venta del servicio, el punto de equilibrio , la proyección de los ingresos y egresos; se establecen los índices financieros y la evaluación financiera del estudio, que prueban la rentabilidad del proyecto, y con ello tomar decisiones sobre la viabilidad.

1. GENERALIDADES

“En 1.857, la Villa de Bucaramanga es designada como capital del Estado Independiente de Santander, título que perdería cuatro años después con la Villa del Socorro, hasta que la Constitución de 1.896 la declarara, definitivamente, como ciudad capital del departamento de Santander.

Bucaramanga, capital del departamento de Santander limita por el Norte con el municipio de Río Negro; por el Oriente con los municipios de Matanza, Charta y Tona; por el Sur con el municipio de Floridablanca y; por el Occidente con el municipio de Girón.

Bucaramanga se encuentra en una terraza inclinada de la Cordillera Oriental a los 7° 08' de latitud norte con respecto al Meridiano de Bogotá y 73° 08' de longitud al Oeste de Greenwich.

El área metropolitana formada por Bucaramanga, Florida y Girón está ubicada sobre el Valle del Río de Oro. Se distingue en ella dos sectores de diferente conformación física: uno formado por la meseta y otro por el valle.

Sus suelos, desde el punto de vista agrológico, se pueden dividir en dos grupos: los primeros, al no tener peligro de erosión, son propicios para el cultivo de gran variedad de productos y el uso para la ganadería. La otra clase de suelos tiene una alta potencialidad erosiva; por esta razón, presenta baja fertilidad y una capa de fertilidad superficial, en algunas situaciones casi nula.

El área municipal es de 165 kilómetros cuadrados, su altura sobre el nivel del mar es de 959m y sus pisos térmicos se distribuyen en: cálido 55 kilómetros cuadrados: medio 100 kilómetros cuadrados y frío 10 kilómetros cuadrados. Su temperatura media es 23°C y su precipitación media anual es de 1.041 mm.

La topografía de Bucaramanga es en promedio un 15% plana, 30% ondulada y el restante 55% es quebrada. Tres grandes cerros se destacan a lo largo del territorio: Morro Rico, Alto de San José y El Cacique.

Bucaramanga es una ciudad netamente comercial; aunque existen otros renglones representativos tales como la industria del calzado, la confección, la prestación de servicios de salud, finanzas y educación.

Cabe decir que la ciudad se perfila para el siglo XXI como la Tecnópolis de Los Andes; prueba de ello es el creciente número de centros de investigación tecnológica en diversos tópicos, como la energía, el gas, el petróleo, la corrosión, los asfaltos, el cuero y las herramientas de desarrollo agroindustrial, entre otros.

Un sector significativo de la economía Bumanguesa es el agropecuario, cuyas principales actividades son la agricultura, la ganadería y la avicultura, que se llevan a cabo en zonas aledañas de los departamentos de Santander y Cesar, pero su administración y comercialización se desarrollan aquí en la ciudad.

Hoy en día, Bucaramanga es una de las ciudades más importantes de Colombia, con aproximadamente un millón de habitantes. Es uno de los centros universitarios más representativos del país, con más de 10 universidades. Cuenta con un aeropuerto internacional, ubicado a las afueras de la ciudad, una significativa infraestructura hotelera acompañada por un sinnúmero de atractivos turísticos; todo ello, recreado a partir de la conocida hospitalidad de su gente, que le ha otorgado fama internacional como "La Ciudad Bonita".

Los principales medios masivos de comunicación son el periódico Vanguardia Liberal y la cadena televisión TRO (Televisión Regional del Oriente). Cuenta con un muy buen sistema de servicios públicos y se proyecta hacia el siglo XXI como un gran centro industrial, tecnológico, económico y cultural". 1

1. WWW.BUCARAMANGA.COM.

Gracias al desarrollo económico de Bucaramanga, se ha experimentado una gran inmigración de pobladores desplazados por la violencia en búsqueda de mejores condiciones de vida, generando un desarrollo urbanístico y fomentando la construcción de vivienda conformada por 136885 unidades residenciales de los estratos 3 en delante de las cuales el 75% conocen y han utilizado los servicios de empresa de domicilios y mensajería para la realización de actividades como : envíos de paquetes y correspondencia en la zona urbana, realizar compras en los diferentes centros comerciales y almacenes de cadena, realizar pagos y consignaciones de todo tipo de obligación en las diferentes entidades financieras y puntos de pagos de servicios.

En la Cámara de Comercio de Bucaramanga se encuentran registradas en la actualidad 117 empresas que prestan el servicio de domicilios y mensajería en general entre las que se destacan, Domicilios Rapi express, Correccaminos, Domicilios Uno A, Halcones, Máxima Velocidad, A Tiempo, Servilla, Al Instante, Teleservicios, A Buena Hora, entre otras; que realizan en promedio total diario 10020 servicios de domicilios y mensajería; de los problemas mas representativos de estas empresas son de apreciar: la falta de continuidad del personal, dividido a al sistema de contratación, los horarios establecidos para la prestación del servicio, falta de credibilidad en el servicio.

En la Cámara de Comercio de Bucaramanga se encuentran registrados 60 laboratorios y clínicas que atienden 580 pacientes en promedio diario de los cuales el 80% han solicitado que se les preste el servicio de entrega de resultados a domicilio por que les resulta demasiado difícil acogerse a los horarios establecidos por estas entidades para la entrega de los resultados y en la actualidad en su gran mayoría este servicio no se les esta prestando a los pacientes de estos laboratorios y clínicas.

En virtud de lo anterior se visualiza como gran oportunidad la creación de una empresa de domicilios y mensajería en general para Bucaramanga y su área Metropolitana, a fin de proporcionar a la población de esta ciudad la prestación de un servicio ágil, eficiente y económico.

El servicio de domicilios será ofrecido para las unidades residenciales de los estratos tres en adelante, laboratorios y clínicas en Bucaramanga y su área metropolitana; este servicio consiste, en la recolección y repartos de: envíos de correspondencia y paquetes, compras de artículos para el hogar y empresas en los diferentes centros comerciales y almacenes de cadena, pago de servicios públicos, pago de obligaciones (salud, pensión), consignaciones, en los diferentes bancos corporaciones, y puntos de recaudo, y entrega de resultados de laboratorio a domicilio; con este servicio se han solucionado miles de inconvenientes presentados en las personas debido a que dejaban de realizar actividades que exigen atención personal por dedicarse a actividades impersonales que no la requieren, quitándoles tiempo valioso para su desarrollo personal y profesional; con este servicios ya no tienen que someterse a las largas filas, al desplazamiento de un lugar a otro para la entrega de un paquete, o pagar los altos costos de otros servicio como: taxis, empresas Transportadoras de encomiendas entre otras.

De acuerdo con lo anteriormente expuesto, se justifica la realización de un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de domicilios y mensajería en general que opere en Bucaramanga y su área Metropolitana.

Así mismo se presenta como justificación el soporte legal que presenta el Ministerio de Comunicaciones en su decreto número 229 de febrero 1 de 1995, por medio del cual se reglamenta el servicio postal, especialmente lo consagrado en los artículos 1 y 2. De otra parte la Ley MIPYME con los Beneficios que otorga el Gobierno Nacional para el fomento Empresarial.

2. ESTUDIO DE MERCADO

El presente estudio de mercados tiene como propósito estimar si existe una demanda considerable para los servicios que ofrecerá la empresa prestadora de servicios de domicilios y mensajería en general en Bucaramanga y su área metropolitana teniendo en cuenta algunas variables sociales y económicas.

Se tendrán en cuenta, las características del servicio, la población, su comportamiento y tendencias para el uso de los servicios y el conocimiento que tienen actualmente sobre los beneficios que estas empresas les pueden proporcionar; así mismo se analizan los principales competidores y los canales de comercialización, para llegar a conocer las necesidades reales del proyecto.

2.3 OBJETIVOS

2.1.1 Objetivo General. Realizar un estudio de mercados que permita determinar si existe un número suficiente de demanda del servicio, y establecer tipo de competencia, precios, canales de comercialización, para la creación de una empresa de domicilios y mensajería en general en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.

2.1.2 Objetivos específicos.

- Realizar un estudio de la oferta actual del servicio de domicilios y mensajería en general en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.
- Determinar la demanda insatisfecha de los servicios.
- Realizar un análisis de la demanda del servicio y sus características, expectativas en el mercado objetivo y capacidad de pago en el mercado meta.

- Estimar los precios promedio para los servicios de domicilios mensajería en general para determinar las tarifas.
- Determinar y analizar canales de comercialización y estrategias promocionales y publicitarias.

2.4 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

El servicio de domicilios y mensajería en general comprenderá la recolección y entrega personalizada de envíos, pagos servicios públicos, consignaciones en los diferentes bancos y corporaciones, servicios de domicilios para la compra de artículos en general y la entrega de resultados de laboratorios y clínicas.

2.2.1 Usos. El servicio de domicilios y mensajería en general, se usará para realizar pagos de servicios públicos en las empresas y puntos de pago autorizados, recepción y entrega de paquetes en cualquier zona del área metropolitana, compras en supermercados y almacenes de cadena, realizar transacciones en las diferentes entidades bancarias (consignaciones, pago de obligaciones, etc); mensajería personalizada para la realización de trámites en general y la entrega a domicilio de los resultados a los pacientes de laboratorios y clínicas, con los cuales la empresa de mensajería tenga convenio.

2.2.2 Especificaciones del servicio. Las características especiales que cumple el servicio de mensajería son:

- Registro individual de cada envío. Todo envío de mensajería debe tener un número de identificación individual.
- Recolección a domicilio. La recolección del domicilio debe efectuarse en el sitio que el usuario o cliente lo solicite.
- Admisión. El servicio de mensajería debe expedir un recibo de admisión o guía, por cada envío, en el cual debe constar:

Número de identificación del envío.

Fecha y hora de admisión.

Valor del servicio.

Nombre y dirección completa del remitente y destinatario.

- Tiempo de entrega. Estará sujetos a la distancia y tipo de domicilio que el cliente solicite.
- Adquisición de productos de consumo: Necesarios para el hogar (Comestibles, medicamentos, entre otros.)
- Entrega de sobres y encomiendas: Entrega de sobres y pequeños Paquetes a los hogares y empresas del área metropolitana de Bucaramanga.
- Pagos de recibos: Pago de recibos de servicios públicos, pensiones educativas; pago de servicios de salud y pensiones del ISS y otras EPS a hogares y empresas del área metropolitana de Bucaramanga.
- Consignaciones y vueltas bancarias.
- La empresa de domicilios prestara sus servicios en el siguiente horario de 7:00 a.m. - 11:00 p.m. de lunes a domingo y festivos, y ofrecer, una mayor cobertura de tiempo para el beneficio de sus clientes.

2.2.3 Sustitutos. Los avances tecnológicos son una herramienta también importante. El Fax y el Internet son medios de comunicación mediante los cuales se puede enviar información rápida. Para su utilización se requiere de la disponibilidad de equipos adecuados que en ocasiones resultan costosos y de difícil acceso para todas las personas, además hay documentos que resulta imposible enviarlos a través de estos medios.

Otro medio de envío que se puede encontrar es el correo a través de empresas como Servientrega, Colvanes, TCC, Avianca, Adpostal pero que implicaría demoras en la entrega ya que estas empresas realizan las entregas de un día para otro y si el cliente lo necesita de inmediato no le serviría esta clase de servicios.

De la misma forma el pago de servicios se puede realizar utilizando el teléfono mediante líneas especiales para este caso, pero los clientes aun no se acostumbran a realizar pagos por este medio pues les resulta un poco dispendioso, si lo que desea es una entrega rápida y segura lo mejor es acudir al sistema de mensajería personalizada.

Además se puede asumir como productos sustitutos los servicios que prestan los taxis en la entrega de encomienda pero lo cual resultan más costosos.

2.2.4 Complementarios. Presentar propuestas a las clínicas y laboratorios, en la cual la empresa de mensajería personalizada se comprometa con la entrega a domicilio de los resultados a los pacientes, con los datos que anteriormente el paciente suministró en el momento de la toma del examen y comprometiéndose a cancelar el costo del servicio a la entrega. La empresa de mensajería solicitará al paciente la firma la cual servirá de constancia para la clínica o laboratorio, de su respectiva entrega.

2.2.5 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia. Dentro de los principales atributos diferenciadores de la empresa de domicilios estarán:

- Los horarios de atención en la prestación del servicio en los días hábiles y festivos, para el beneficio de sus clientes y ofrecer mayor cobertura en el servicio.
- Ofrecer un servicio, que satisfaga las necesidades y requisitos del cliente, con la prestación de servicios de domicilios y mensajería en general.
- La responsabilidad de la empresa estará limitada a los requerimientos que se encuentren registrados en la planilla única de servicio para garantizar la buena prestación del servicio.
- La empresa contará con un grupo de (14) mensajeros cada uno con equipo de beeper disponibles, para la prestación de un servicio oportuno y ágil.
- La oficina contará con dos equipos word sender en línea para enviar

directamente los requerimientos y con ello optimizar el servicio.

- Además el recurso humano estará compuesto por personal con características como honradez, cumplimiento, responsabilidad, credibilidad y actitud hacia el servicio al cliente, siendo estos atributos para agregar valor al servicio.
- Los mensajeros estarán uniformados (camiseta, canasta forrada, y morral) las cuales tendrán impreso el logotipo con el cual se identificara la empresa.

2.5 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. Se han establecido dos clases de población de acuerdo al tipo de servicio que se ofrecerá:

La primera población la constituyen hombres y mujeres que viven en unidades residenciales que se encuentran, en los estratos 3 en adelante siendo estos en “Bucaramanga 83.084, en Floridablanca 39.394 y Girón 14.407 que requieran servicios de mensajería personalizada, con capacidad de asumir los costos y por consiguiente demandar el servicio” 2.

“La segunda población la conforman todos los laboratorios y clínicas 60 que existen actualmente a quienes se les ofrecerá el servicio de entrega de resultados a domicilio.” 3.

2.3.2 Mercado objetivo. El mercado objetivo esta compuesto por personas, de estrato 3 en adelante que vivan en Bucaramanga y su área metropolitana, con poca disposición de tiempo que requieran servicios de domicilios y mensajería personalizada y como mercado suplementario se tienen a todas las clínicas y laboratorios que requieran la prestación del servicio de entrega de resultados a domicilio, cuyos pacientes acepten los costos de entrega.

2.DANE

3.Cámara de Comercio de Bucaramanga.

2.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.4.1 Planteamiento del problema. A través de este estudio se contemplaran aspectos relevantes del mercado de DOMICILIOS Y MENSAJERÍA EN GENERAL EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA Y SU ÁREA METROPOLITANA, es decir, se tendrá en cuenta las variables que afectan la demanda y oferta del servicio de domicilios y mensajería en general, así mismo las causas que motivan a los consumidores a utilizar el servicio, de manera que se compruebe si existe en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, la demanda suficiente para la prestación de los servicios mencionados y en tal caso, establecer estrategias para llegar a esos demandantes, buscando marcar diferencia en la prestación de los servicios mediante políticas de atención y servicio al cliente de manera especializada y oportuna, para lograr así un posicionamiento efectivo del mercado actual.

De esta forma se ha llegado a determinar que se encontrara la oportunidad de brindar un servicio con el cual se puedan beneficiar las personas que por falta de tiempo o por estar trabajando les es difícil desplazarse a realizar determinadas diligencias, por consiguiente optan por contratar los servicios de las empresas de mensajería especializada, que se encargara de realizar todo tipo de servicio como: pagos de servicios públicos, consignaciones, entrega de paquetes, correspondencias, encomiendas, transportes, compras, mensajería personalizada y todo lo que desee a donde quiera, para lograr mas agilidad en los procesos y eficiencia en los tramites.

Observando que día a día el tiempo es un factor determinante en el diario vivir y que de este depende el desarrollo personal y profesional, con la buena distribución de él se podrían evitar posibles percances que por incumplir con algún pago acarrearía ser castigados con multas, y lo que seria peor pasar por la penosa situación del corte de alguno de los servicios públicos, sin desconocer que por el olvido de un documento importante se pueda perder una buena oportunidad de

negocio o incumplir a terceros, de esta forma se ha llegado a determinar que encontramos una oportunidad de brindar un servicio con el cual se puedan beneficiar las personas que por falta de tiempo y que por estar trabajando les es difícil desplazarse a realizar determinadas diligencias, por consiguiente optan por contratar los servicios de las empresas de mensajería especializada, que se encargara de realizar todo tipo de servicio como: pagos de servicios públicos, consignaciones, entrega de paquetes, correspondencias, encomiendas, transportes, compras, mensajería personalizada y todo lo que desee a donde quiera. De esta forma se lograra mas agilidad en los procesos y eficiencia en los tramites.

2.4.2 Tipo de investigación. “En una primera etapa el tipo de Investigación será Exploratoria, la cual sirve para conocer mas acerca del problema planteado para la investigación, como es el de la necesidad de servicio de mensajería personalizada; además sirve para aclarar conceptos que pueden ayudar a reunir y sintetizar experiencias de otros autores para posteriormente plantear una investigación mas precisa o el desarrollo de una hipótesis.

Además se requiere de una Investigación Descriptiva la cual se utiliza para desarrollar la delimitación de los hechos y determinar como interactúan las variables y su interrelación con el medio en que se desarrolla el problema de investigación, se establecen características demográficas de unidades de investigación, actitudes y conductas de personas que se encuentran en le universo de investigación, y se establecen comportamientos concretos. Para realizar el estudio se debe determinar las características del sector que se va ha investigar. Por otro lado se realizara una Investigación Concluyente, mediante la ayuda de un formulario y un plan de muestreo, que se diseñara teniendo en cuenta el mercado objetivo y las variables que intervienen en el problema de investigación además mediante un proceso cuantitativo se determinaran

porcentajes de participación de las variables en el estudio que se están desarrollando” 4.

2.4.3 Método de investigación. Procedimiento riguroso, formulado de una forma lógica para seguir en la búsqueda del conocimiento. El método de investigación en el proyecto será deductivo, basado en información recolectada de fuentes primarias, con información suministrada por la competencia y clientes potenciales cuyo objeto es establecer conclusiones que garanticen una inversión estable y rentable.

Otro método a utilizarse: la observación, con este procedimiento se podrá descubrir ciertos rasgos existentes en la realidad por medio de un esquema de conceptos definidos con previo propósito sobre el objeto que se va a investigar, es muy importante dentro de la investigación científica para lograr cumplir con los objetivos planteados; el observador debe conocer muy bien el marco teórico sobre el cual se fundamenta la investigación, otro método a seguir será el de análisis, el cual se usara para analizar las encuestas, entrevistas y hallazgos encontrados..

2.4.4 Necesidades de información de la investigación de mercados

- Población que utiliza los servicios de mensajería y domicilios.
- Conocer los servicios más solicitados.
- Conocer los precios que se ofrecen en el mercado.
- El conocimiento de la oferta actual.
- Nivel de satisfacción de los usuarios actuales del servicio.
- Medios publicitarios utilizados por la competencia.
- Horarios apropiados para ofrecer los servicios.
- Necesidad y aceptación de clínicas y laboratorios de este servicio.

4. Metodología, segunda edición, Carlos E. Méndez

2.4.5 Sistemas de recolección de información. Con este estudio se pretende llegar a un nivel de conocimientos científico. Para tal fin, la investigación se basa en estudios descriptivos, en búsqueda de información mas concreta. Además se utilizaran fuentes de información como observación, entrevistas y encuestas.

2.4.5.1 Fuentes primarias. Para efecto de recopilar la información primaria requerida en la investigación se utilizaran tres técnicas.

- La encuesta, mediante un formulario que permite el conocimiento de las motivaciones, las actitudes y las opiniones de los individuos con relación a su objeto de investigación.
- Otra técnica ha utilizar para recolectar información la constituyen las entrevistas a personal directivo de algunas de las empresas de mensajería, laboratorio y clínicas de la ciudad(mediante la utilización de un cuestionario).
- La tercera técnica de información es la observación directa.

2.4.5.2 Fuentes secundarias. Toda investigación implica acudir a este tipo de fuentes, que suministra información básica. Se puede encontrar en revistas, periódicos, enciclopedias, tesis de grado, proyectos, Internet y diccionarios, etc Para obtener información secundaria se acudirá a entidades como:

- DANE: para conocer información relacionada con población mayor de Bucaramanga.
- Directorio de Bucaramanga: obtener información relacionada con direcciones y teléfonos de empresas de mensajería.
- Cámara de Comercio; para obtener información sobre empresas de mensajería a registradas(patrimonio, objeto social, etc).
- Ministerio de Comunicaciones: para conocer requisitos y exigencias para la prestación de servicios de mensajería y domicilios.

2.4.5.3 Definición de población. Para definir la población es necesario determinar los siguientes aspectos: elemento muestral, marco muestral, unidad de muestreo, alcance y tiempo.

Marco muestral:

- Listado de barrios de estratos 3 en adelante de Bucaramanga y su área metropolitana.
- Listado de laboratorios y clínicas de Bucaramanga y su área metropolitana.
- Listado de empresas de domicilios y mensajería de Bucaramanga y su área metropolitana.

Elemento muestral:

- Hombres y mujeres mayores de edad de estrato 3 en adelante.
- Gerente o administrador de laboratorios y clínicas.
- Gerente o administrador de empresas de domicilios y mensajería.

Unidad muestral:

- Unidades residenciales de los estratos 3 en adelante.
- Laboratorios y clínicas de Bucaramanga y su área metropolitana.
- Empresas de domicilios y mensajería de Bucaramanga y su área metropolitana.

Alcance

- El presente estudio se realizara en Bucaramanga su área metropolitana.

Tiempo

- La recolección y análisis de la información se realizará en un tiempo de 3 semanas calendario. Contados a partir de : Abril 12 a Abril 30 de 2004.

2.4.5.4 Tipo de muestreo. Se ha seleccionado un muestreo aleatorio simple estratificado, para las unidades residenciales de los estratos 3 en delante de Bucaramanga y su área metropolitana dado que la población esta dividida en subgrupos con una característica en común relacionada con la necesidad de servicios de mensajería. Para clínicas y laboratorios se aplicara el censo dado el tamaño de la población que es de 60, Para empresas de domicilios y mensajería en general se realizo un censo de las empresas registradas en la cámara de comercio las cuales son 117 empresas.

2.4.5.5 Calculo de la muestra. Para las unidades residenciales de los estratos 3 en delante de Bucaramanga y su área metropolitana.

$$n = \frac{N * Z^2 * P * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n_n = n * \frac{N_n}{N}$$

Donde:

N = Tamaño de Población

Z² = Desviación standard

e²= error estimado 5%

P= Probabilidad éxito = 80%

q= Probabilidad Fracaso =20%

n_n = número de población a encuestar en cada estrato.

N_n = Población de cada estrato.

Nivel de confianza 95%.

Los valores de p y q, se determinaron teniendo en cuenta los resultados de la prueba piloto.

Unidades residenciales de los estratos 3 en delante de la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.

N1= 83.084 de Bucaramanga

$$n = \frac{136.885 * (3.8416) * (0.8) * (0.2)}{0.0025 * (136.885 - 1) + 3.8416 * 0.8 * 0.2} = 245$$

N2= 39.394 de Floridablanca

N3= 14.407 de Girón

$$z^2 = (1.96)^2$$

$$e^2 = (0.05)^2$$

$$p = 0.8$$

$$q = 0.2$$

$$N_{\text{total}} = 136.885$$

ni= población a entrevistar en cada estrato.

Población a entrevistar para cada estrato

Bucaramanga

$$n_1 = n * \frac{N_1}{N}$$

$$n_1 = 245 * \frac{83.084}{136.885} = n_2 = n * \frac{N_2}{N}$$

$$n_1 = 149$$

Floridablanca

$$n_2 = 245 * \frac{39.394}{136.885} =$$
$$n_2 = 70$$

Girón

$$n_3 = n * \frac{N_3}{N}$$

$$n_3 = 245 * \frac{14.407}{136.885} =$$
$$n_3 = 26$$

Según los resultados obtenidos, la muestra es de 245 encuestas a la población objetivo, repartidas de la siguiente forma para Bucaramanga 149, Floridablanca 70, y Girón 26.

2.5 TABULACIÓN Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA DEMANDA.

2.5.1 Encuesta aplicada a las unidades residenciales de Bucaramanga, Floridablanca y Girón (Ver anexo 01).

1. Utiliza los servicios de mensajería y domicilios

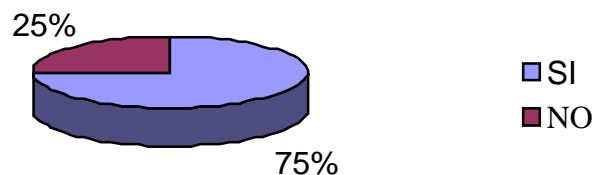
Tabla 01. Utiliza los servicios de mensajería y domicilios

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	184	75%
NO	61	25%
TOTAL	245	100%

Fuentes: Los Autores

Gráfico 01.

Utiliza los servicios de mensajería y domicilios



El 75% de los encuestados manifiestan que utilizan los servicios de mensajería, por encuentran en este servicio una solución que les facilite cumplir con sus obligaciones; solo el 25% no lo hace. Algunos por que no les gusta, otros por que desconfían y otros por que consideran que no lo necesitan.

2. Mencione el nombre de algunas empresas de mensajería que conozca (halla utilizado o no sus servicios).

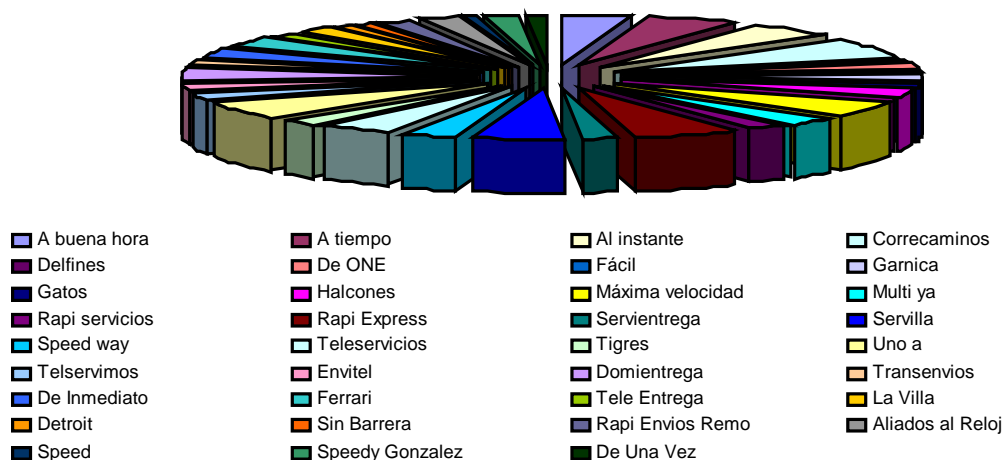
Tabla 02. Empresas más conocidas

EMPRESA	FRE	%	EMPRESA	FRE	%	EMPRESA	FRE	%	EMPRESA	FRE	%
A buena hora	10	4	Gatos	5	2	Teleservicios	10	4	Tele Entrega	5	2
A tiempo	12	5	Halcones	7	3	Tigres	5	2	La Villa	5	2
Al instante	12	5	Máx velocidad	12	5	Uno A	12	6	Detroit	5	2
Correcaminos	15	6	De inmediato	7	3	Telservimos	5	2	Sin Barrera	2	1
Delfines	2	1	Rapi servicios	5	2	Envitel	7	3	Rapi Envios.Remo	5	2
De ONE	5	2	Rapi Express	15	6	Domientrega	10	4	Aliados al Reloj	5	2
Fácil	5	2	Servientrega	5	2	Transervicios	5	2	Speed	2	1
De Una Vez	2	1	Servilla	12	5	Multi ya	7	3	Speedy González	5	2
Ferrari	7	3	Speed way	7	3	Garnica	5	2			

Fuente: Los Autores

Gráfico 02.

Empresas más conocidas



Se observó que la población tiene conocimiento de la oferta del servicio que prestan estas empresas; de las encuestas realizadas se pudo determinar que las empresas más sobresalientes son: con el 6% (Correcaminos, Rapi Express, Uno A), seguidas por el 5% (Máxima Velocidad, A Tiempo, Servilla, Al Instante), y por el 4% (A Buena Hora, Domientrega, Teleservicios).

3. De cual de las anteriores empresas ha utilizado sus servicios

Tabla 03. Empresas mas utilizadas

EMPRESA	FRE	%	EMPRESA	FRE	%	EMPRESA	FRE	%
A buena hora	9	5	Rapi Express	13	7	Envitel	6	3
A tiempo	13	7	Servilla	11	6	Domientrega	11	6
Al instante	9	5	Speed way	4	2	De Inmediato	6	3
Correcaminos	11	6	Teleservicios	11	6	Ferrari	6	3
De ONE	2	1	Tigres	4	2	Tele Entrega	4	2
Garnica	2	1	Uno a	13	7	La Villa	4	2
Gatos	2	1	Teleservimos	4	2	Rapi Envíos Remo	6	3
Halcones	4	2	Multi ya	6	3	Aliados al Reloj	2	1
Máxima velocidad	13	7	Rapi servicios	4	2	Speedy González	2	1

Fuente: Los Autores

Grafico 03

Empresas mas utilizadas



Los resultados son obtenidos con el 75% (184) de los encuestados que manifestaron utilizar el servicio, de esta forma se reflejan las empresas más posicionadas del sector: con el 7% (A tiempo, Máxima Velocidad, Rapi Express, Uno A), seguidas por el 6% (Correcaminos, Servilla, Teleservicios, Domientrega), y el 5% (A Buena Hora, Al Instante),

4. Mencione cual de los siguientes servicios solicita

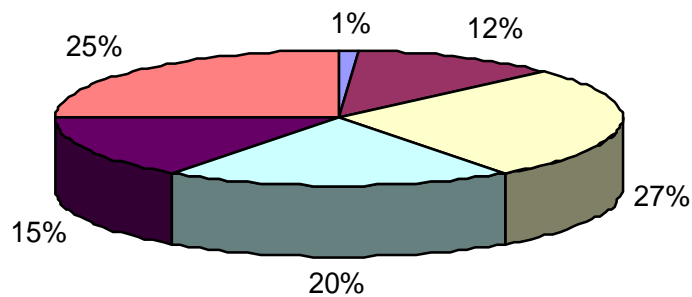
Tabla 04. Servicios mas solicitados

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Envíos de correspondencia	3	1
Consignaciones	30	12
Envíos	66	27
Compras	49	20
Envíos, pago servicios.	37	15
Ninguno	61	25
TOTAL	245	100

Fuentes: Los Autores

Grafico 04.

Servicios más utilizados



Se observa que los servicios con mayor demanda para estas empresas son: el 27% lo utilizan para envíos, el 20% para realizar compras, seguido del 15% para envíos y pagos de servicios, y el 12% para consignaciones en las diferentes entidades bancarias

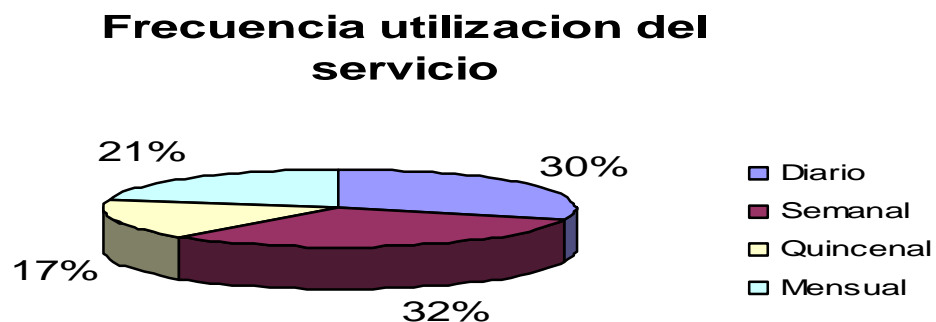
5 . Con que frecuencia utiliza estos servicios

Tabla 05. Frecuencia de utilización del servicio

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	55	30
Semanal	59	32
Quincenal	31	17
Mensual	39	21
TOTAL	184	100

Fuentes: Los Autores

Grafico 05.



Tomando como base los encuestados que respondieron afirmativamente 75% (184) obtenemos los siguientes resultados y se puede observar la frecuencia de la demanda del servicio; El 32% de los encuestados manifiestan usar el servicio por lo menos una vez por semana; mientras un 30% responde usarlo una vez al día, 21% de los encuestados lo utilizan una vez al mes, de esta forma vemos que el restante 17% lo utilizan una vez cada quince días.

6. Se encuentra satisfecho con las empresas de domicilios y mensajería actuales

Tabla 06. Nivel de satisfacción

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	120	65
NO	64	35
TOTAL	184	100%

Fuentes: Los Autores

Gráfico 06.



Tomando como base los encuestados que respondieron afirmativamente 75% (184) se observan las razones de insatisfacción con las empresas que les prestan actualmente estos servicios, el 65% manifiestan que estas empresas si satisfacen sus necesidades, el 35% manifiesta no estar conformes con estas empresas por diferentes razones como : por los precios , los horarios, demoras en el servicio, ineficiencias, disponibilidad de personal.

7. Por que medios ha conocido los servicios de estas empresas

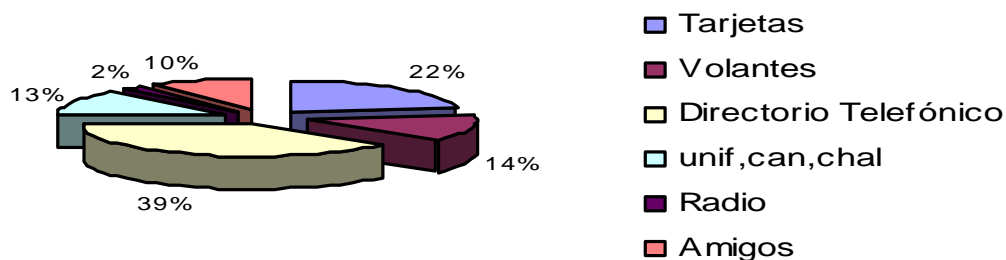
Tabla 07. Medios publicitarios

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tarjetas	54	22
Volantes	34	14
Directorio Telefónico	96	39
Uniformes, canastas, chalecos	32	13
Radio	5	2
Amigos	24	10
TOTAL	245	100

Fuentes: Los Autores

Grafico 07.

Medios publicitarios



Se observa que el medio de publicidad mas efectivo para dar a conocer estas empresas es el directorio telefónico con un 39%, seguido de las tarjetas de presentación con un 22%, y con un 14% los volantes, el 10% manifiestan que las han conocido por los amigos, el 13% las han conocido por los uniformes, chalecos y canastas; el restante por radio.

8. Cual cree que sería el horario adecuado para la prestación del servicio

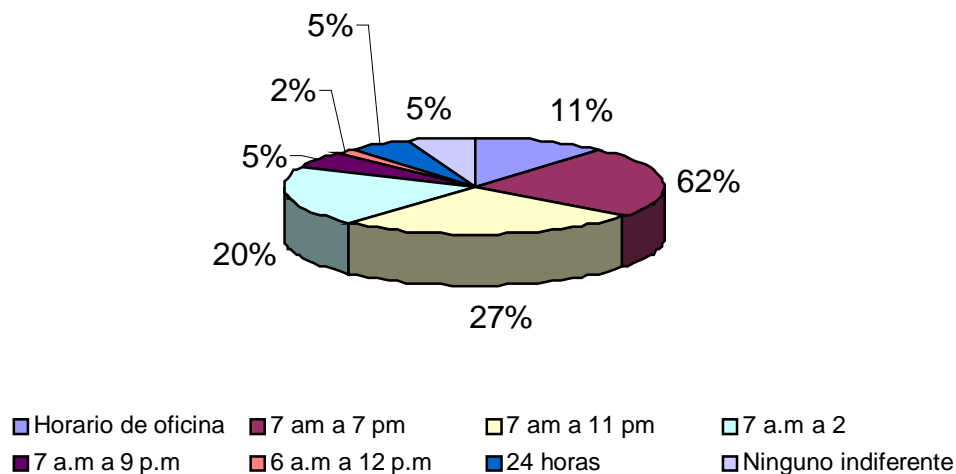
Tabla 08. Horarios para la prestación del servicio

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Horario de oficina	34	14
7 a.m - 7 p.m	59	24
7 a.m – 11 p.m	62	25
7 a.m - 2 a.m	49	20
7 a.m - 9 p.m	12	5
6 a.m – 12 p.m	5	2
24 horas	12	5
Ninguno indiferente	12	5
TOTAL	245	100

Fuentes: Los Autores

Grafico 08.

Horarios para la prestación del servicio



El 25% de los encuestados responden que el horario adecuado sería de 7 a.m.- 11 p.m., el 24% manifiestan que el horario sería de 7 a.m.- 7 p.m., y el 20% de los encuestados manifiestan que el mejor horario es de 7 a.m. a 2 a.m., mientras el 14% responden que el horario de oficina es el adecuado.

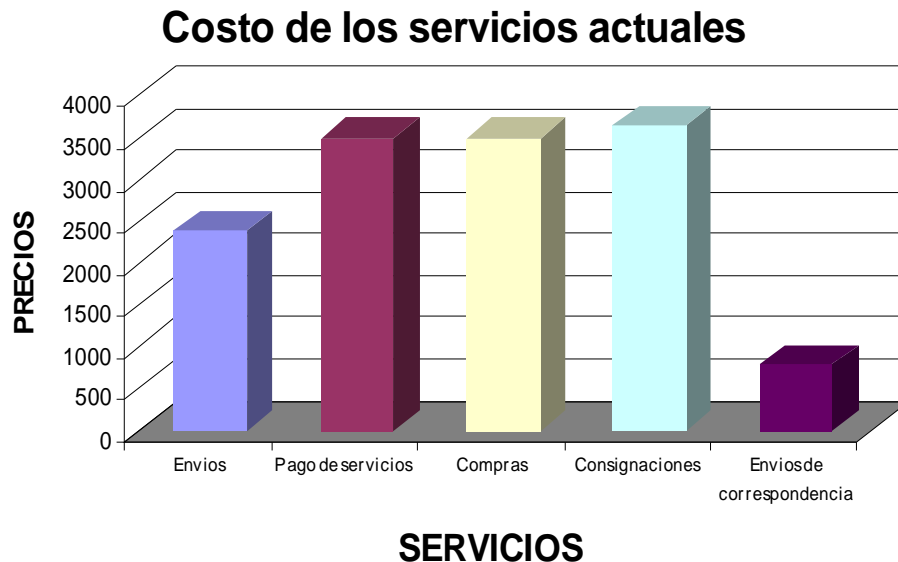
9. Indique el valor que paga actualmente por los siguientes servicios

Tabla 09. Costo de los servicios actuales

DETALLE	PRECIOS PROMEDIO
Envíos	2000-2800
Pago de servicios	3000-4000
Compras	3500
Consignaciones	3300-4000
Envíos de correspondencia	800-1000

Fuentes: Los Autores

Grafico 09.



Los encuestados que utilizan los servicios manifiestan estar pagando los siguientes precios y se encuentran en promedio: para envíos entre \$2.000 y \$2800 pesos, pago de servicios entre \$3.000 y \$4.000 pesos, por compras \$3.500 pesos, por consignaciones entre \$3.300 y \$4.000, envíos de correspondencia certificada entre \$800 y \$1.000 pesos. Los anteriores precios se estipulan de acuerdo a la distancias de recepción y entrega del servicio.

10. Ordene según la importancia, los siguientes aspectos que consideraría al seleccionar una empresa de domicilios y mensajería

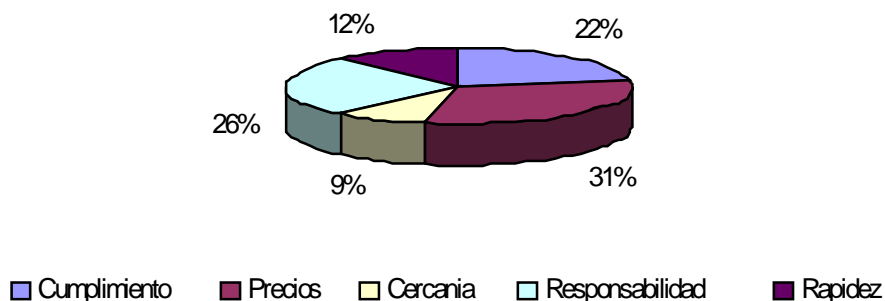
Tabla 10. Aspectos a considerar en la selección de una empresa de domicilios y mensajería

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cumplimiento	54	22
Precios	76	31
Cercanía	22	9
Responsabilidad	64	26
Rapidez	29	12
TOTAL	245	100

Fuentes: Los Autores

Grafico 10.

Aspectos a considerar en la selección de una empresa de domicilios y mensajería



Los encuestados al calificar los aspectos a tener en cuenta para seleccionar una empresa de domicilios y mensajería en general manifestaron en su gran mayoría que: el aspecto mas importante para tener en cuenta es el precio, seguido por la responsabilidad, después el cumplimiento, seguido por la rapidez y por ultimo la cercanía.

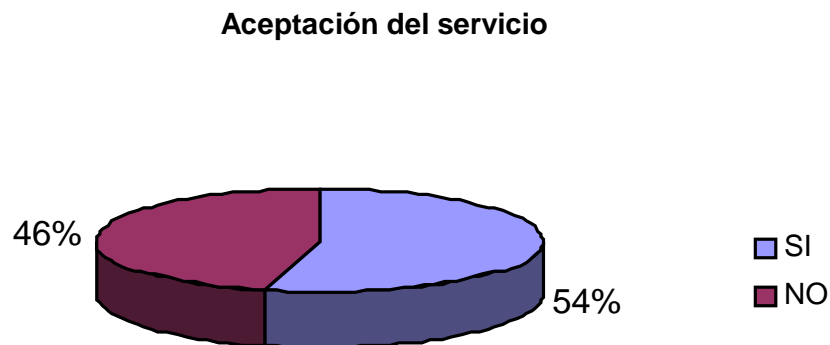
11. Considera que debe haber una nueva empresa de domicilios y mensajería en Bucaramanga y su área metropolitana

Tabla 11. Aceptación del servicio

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	132	54
NO	113	46
TOTAL	245	100

Fuente : Los Autores

Grafico 11.



El 54% de los encuestados consideran que si debe haber una nueva empresa de domicilios y mensajería en general, mientras el 46% no están de acuerdo, por que consideran que ya hay muchas empresas que ofrecen este servicio.

2.5.2 Encuesta aplicada a los laboratorios y clínicas de Bucaramanga y su área metropolitana (Ver anexo 02).

1. Tiene problemas con la entrega de los resultados

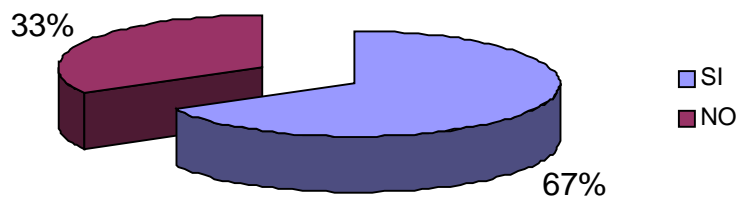
Tabla 12. Problemas con la entrega de resultados

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	40	67
NO	20	33
TOTAL	60	100

Fuentes: Los Autores

Grafico 12.

Tiene problemas con la entrega de los resultados



Se observa que de los laboratorios y clínicas encuestados un alto porcentaje (67%) tienen problemas con la entrega de los resultados ya que los pacientes llegan en horas que no son las asignadas para la entrega demostrando inconformismo sobre dichos horarios, el 33% restante manifiesta que no tienen mayores problemas.

2. Sus clientes o pacientes han solicitado la entrega de resultados a domicilio

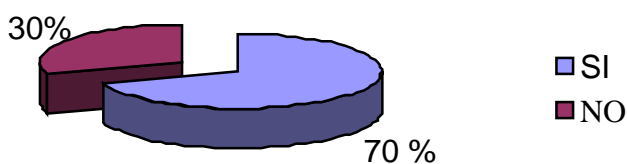
Tabla 13. solicitud del servicio de mensajería en las clínicas y laboratorios

DETALLE	FECUENCIA	PORCENTAJE
SI	42	70
NO	18	30
TOTAL	60	100

Fuentes: Los Autores

Gráfico 13.

solicitud del servicio de mensajería en las clínicas y laboratorios



El 70% de los encuestados manifiestan que los pacientes solicitan el servicio para la entrega de resultados a domicilios ya que sería más favorable para ambas partes, por otro lado el 30% no solicitan este servicio.

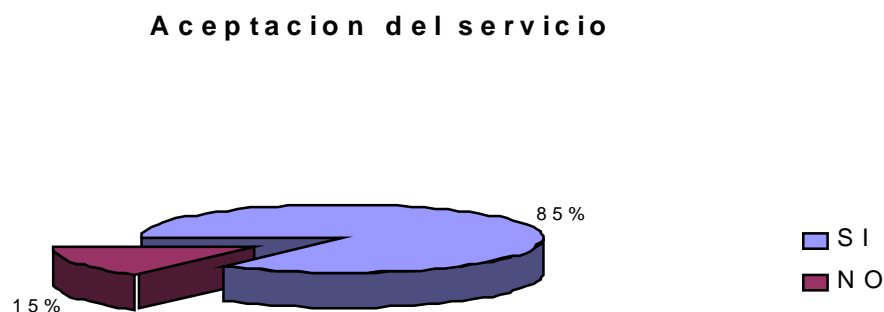
3. Le gustaría brindarle este servicio a sus clientes y pacientes

Tabla 14. Aceptación del servicio

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	51	85
NO	9	15
TOTAL	60	100

Fuentes: Los Autores

Grafico 14.



A las clínicas y laboratorios les gustaría ofrecer este servicio para la entrega de resultados a sus pacientes en un 85%, en cambio el 15% restante no le interesa ofrecer dicho servicio a sus clientes por diferentes razones, entre ellas esta la poca confianza en las empresas de mensajería y la calidad del servicio.

4. Trabaja actualmente con una empresa de domicilios y mensajería para la entrega de resultados

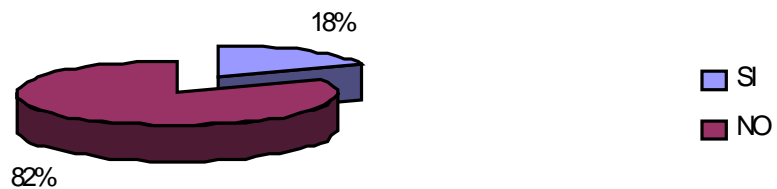
tabla 15. Trabaja actualmente con una empresa de domicilios y mensajería para la entrega de los resultados

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	18
NO	49	82
TOTAL	60	100

Fuentes: Los Autores

Grafico 15.

Trabaja actualmente con una empresa de domicilios y para la entrega de resultados mensajería



Las clínicas y laboratorios en un 82% han manifestado que no trabajan actualmente con una empresa de entrega a domicilio de los resultados, por que dichas empresas no les brindan la confianza necesaria para prestar dicho servicio, el restante 18% trabajan con estas empresas.

5. A cuantos pacientes en promedio les realizan exámenes diariamente

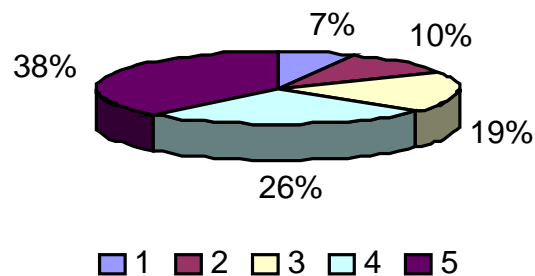
Tabla 16. Promedio de exámenes realizados diariamente

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
40	8	13
60	10	17
110	17	28
150	14	23
220	11	19
TOTAL	60	100

Fuente: Los Autores

Grafico 16.

Promedio de exámenes realizados



Se puede observar la demanda potencial que existe para la prestación del servicio en los laboratorios y clínicas, la cual se encuentra distribuida de la siguiente forma: El 28% de los laboratorios realizan en promedio 110 exámenes diarios, el 23% 150 exámenes diarios, el 19% 220 exámenes diarios.

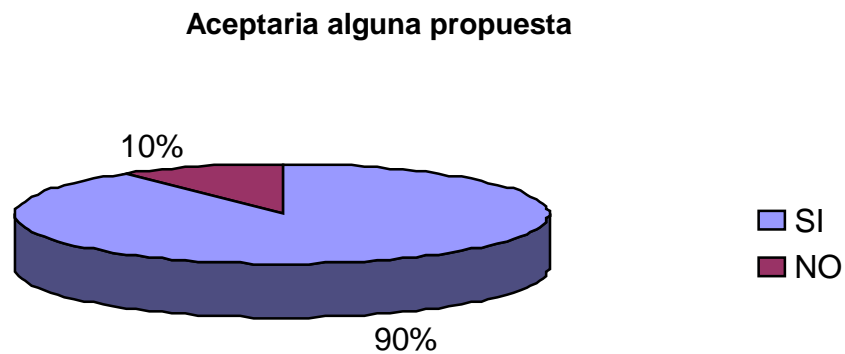
6. Tendría en cuenta alguna propuesta de una empresa de domicilios

Tabla 17. Aceptaría alguna propuesta

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	54	90
NO	6	10
TOTAL	60	100

Fuentes: Los Autores

Grafico 17.



En un 90% los laboratorios y clínicas manifiestan que si están interesados en recibir dicha propuesta y poder brindar este servicio de entrega a domicilio de los resultados, por que esto les ahorraría tiempo y mejoraría la calidad del servicio, el 10% de los laboratorios y clínicas no están dispuestos a conocer dicha propuesta y no quieren brindar este tipo de servicio a sus pacientes ya que aseguran que se les podrían presentar problemas.

2.5.3 Análisis de la información de la demanda

2.5.3.1 Ficha técnica

Tipo de investigación	Investigación Exploratoria y Descriptiva.
Método de investigación	Método Deductivo
Fuentes de información	<ul style="list-style-type: none">• Fuentes primarias: Entrevistas, encuestas, observación directa.• Fuentes secundarias: Tesis de grado, Internet, DANE, Cámara de Comercio.
Técnicas de recolección de información	Encuestas, Censo
Instrumento	Cuestionarios
Modo de aplicación	Telefónica
Definición de la población(elemento, unidad de muestreo)	Unidades residenciales de los estratos 3 en adelante y laboratorios y clínicas de Bucaramanga y su Área Metropolitana.
Proceso de muestreo	Servicios de domicilios y mensajería en general N = 136.885 unidades residenciales, Aleatorio simple estratificado. Entrega de resultados se realizó censo de los laboratorios y clínicas.
Marco muestral	Listado de barrios de estratos 3 en adelante y laboratorios y clínicas de Bucaramanga y su Área Metropolitana
Alcance	Bucaramanga y su Área Metropolitana
Tiempo de aplicación	Del 12 al 30 de Abril del 2004

Después de realizar el análisis de la información recolectada, con la cual se busco establecer la población que mas utiliza los servicios de domicilios y mensajería en general como también los servicios mas solicitados, precios, horarios, oferta actual, satisfacción de los usuarios actuales y la aceptación de las clínicas y laboratorios que se muestran interesados en la prestación de este servicio, todo esto en búsqueda de una solución, a las necesidad y requerimientos de una

población y aumentar el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del sector.

- **Unidades residenciales de los estratos 3 en adelante de Bucaramanga y su área Metropolitana.** El resultado de las encuestas demuestra que un 75% conocen y han utilizado estos servicios mientras que el 25% manifiestan no usar el servicio por diferentes razones, por que no les gusta, no lo necesitan o por desconfianza (ver grafica 01). El 65% se encuentra satisfecho con el servicio, el 35% no se encuentra satisfecho por diferentes razones, no obstante el 54% de los encuestados consideran que si debe haber una empresa de domicilios y mensajería en Bucaramanga y su área Metropolitana.

La población en estudio manifiesta conocer algunas empresas y las mas conocidas son: con el 6% (Correcaminos, Rapi Express, Uno A), seguidas por el 5% (Máxima Velocidad, A Tiempo, Servilla, Al Instante), y por el 4% (A Buena Hora, Domientrega, Teleservicios). (ver grafica 02); esta población manifestó que de las anteriores empresas las mas utilizadas son las siguientes: el 7% (A tiempo, Máxima Velocidad, Rapi Express, Uno A), seguidas por el 6% (Correcaminos, Servilla, Teleservicios, domientrega), y el 5% (A Buena Hora, Al Instante),(ver grafica 03).

Respecto a los servicios mas solicitados se pudo observar: que de los servicios prestados por estas empresas (pago de servicios, envíos de paquetes y correspondencia, compras y consignaciones) el 27% han utilizado los servicio de envíos, un 20% para compras, un 15% han utilizado para pagos de servicios, el 12% para realizar consignaciones y el restante 25% no a utilizado ninguno servicio; estos servicios son utilizados con una frecuencia de: diario en un 30%, semanal un 32%, mensual 21% y quincenal en un 17% (ver grafica 04 y 05).

Los encuestados manifiestan estar satisfechos con el servicio en un 65%, un 35% no están satisfechos por diferentes razones como: precios, horarios, demoras en los servicios, irresponsabilidad, por ineficiencia, por disponibilidad de personal (ver grafica 06).

Se observa en el grafico 07 los medios publicitarios por los que han reconocido estas empresas, siendo el mas representativo el directorio telefónico con un 39% siguiendo el orden de importancia: tarjetas de presentación 22%, volantes 14%, uniformes, chalecos y canastas 13%, los amigos un 10% y el 2% por radio.

Los encuestados manifiestan que los horarios mas adecuados para la prestación del servicio seria: de 7 a.m.-11 p.m. o de 7 a.m.-7 p.m. (ver grafico 08).

En cuanto a los precios la población en estudio manifestó estar pagando en promedio los siguientes precios: por envíos entre \$2400 pesos, pagos de servicios entre \$3500 pesos, compras \$3500, consignaciones entre \$3650 pesos, envíos de correspondencia entre \$900 pesos, (ver grafico 09).

Los aspectos mas relevantes al seleccionar una empresa de domicilios y mensajería en general en orden de importancia los consideraron así: precio, responsabilidad, cumplimiento, rapidez y cercanía, (ver grafico 10).

Un 54% considera que debe haber una nueva empresa que preste estos servicios y el 46% no por que hay muchas empresas que prestan este servicio (grafico 11).

De un total de "136.885"⁵ unidades residentes en Bucaramanga y su área metropolitana solo hay una demanda del 75% que equivale a 102.664 unidades residenciales y teniendo en cuenta la frecuencia de los servicios a utilizar se refleja

5. DANE

un mercado potencial de 1.111.847 servicios al mes de las cuales el 54% representaría el mercado objetivo para el proyecto que equivalen a 300397 servicios al mes. (ver cuadro 01.)

Cuadro 01. Análisis de la demanda de domicilios y mensajería para Bucaramanga y su área metropolitana

TOTAL UNIDADES RESIDENCIALES	DEMANDA DEL SERVICIO	MERCADO POTENCIAL	FRECUENCIA DEL SERVICIO	MERCADO POTENCIAL MENSUAL	MERCADO OBJETIVO
136885	75%	102.664	DIARIO 30%	923.970	54%
			SEMANAL 32%	131.412	
			QUINCENAL 17%	34.906	
			MENSUAL 21%	21.559	
				1.111.847	300.397

- **Laboratorios y clínicas de Bucaramanga y su área Metropolitana.** En los laboratorios se puede observar que en su mayoría tienen problemas con la entrega de los resultados (ver grafico 12), en un 70% los pacientes y clientes de estas empresas han solicitado que se les brinde el servicio de entrega de los resultados a domicilio; (ver grafico 13), El 85% de las empresas les gustaría estudiar una propuesta de alguna de estas empresas para la prestación de dicho servicio, (ver grafico 14 y 17).

Estas empresas han manifestado en un 82% que no trabajan con una empresa que les brinde este servicio por que nos les ofrecen la suficiente confianza, (ver grafica 15).

Estas empresas en promedio diario atienden el siguiente numero de pacientes: entre 140 pacientes el 28%, 150 pacientes el 23%, 220 pacientes el 19%, 60 pacientes 17%, 40 pacientes el 13%. De lo que podemos concluir que el 70% de estos pacientes estaría dispuesto a utilizar el servicio.

Cuadro 02. Análisis de la demanda de clínicas y laboratorios para Bucaramanga y su área metropolitana

TOTAL LABORATORIOS Y CLINICAS	PACIENTES POR LABORATORIO O CLINICAS	PACIENTES ATENDIDOS MENSUAL		MERCADO POTENCIAL MENSUAL	MERCADO OBJETIVO MENSUAL
60	40 13% (8)	320	6400	85%124.270 servicios de entrega	70% 86.989
	60 17% (10)	600	12000		
	110 28% (17)	1870	37400		
	150 23% (14)	2100	42000		
	220 19% (11)	2420	48400		
		7310	146200	124.270	86.989

Respecto a laboratorios y clínicas de Bucaramanga que son 60 en los cuales están en la capacidad de atender 146.200 pacientes al mes de las cuales solo el 85% de estas empresas están interesadas en adquirir los servicios que representan a 124.270 pacientes al mes de los cuales tan solo el 70% están interesados en el servicio de la entrega de los resultados a domicilio siendo esto un total de 86.989 pacientes al mes, (Ver cuadro 02).

2.5.3.2 Evolución histórica de la demanda del servicio. En cuanto a los domicilios en Bucaramanga y su área metropolitana se puede determinar que la demanda antes de ser atendida por las empresas de domicilios y mensajería en general era atendida por empresas que se dedicaban a servicios nacionales, de los servicios que solicitaban de inmediato en la ciudad se encargaban las empresas de taxi, siendo este servicio demasiado costoso para los usuarios.

Se puede observar en esta modalidad de servicios que aproximadamente hace unos 10 años, se encontraban registradas 65 empresas de mensajería, encargándose de cubrir la demanda y realizar las diferentes actividades como: envíos, pagos, consignaciones y compras que antes les representaba tiempo valioso para las personas en el desarrollo de sus actividades, con el tiempo este servicio se convertirá en indispensable para todos los usuarios, porque podrán

6. Cámara de Comercio

disponer de todo su tiempo para desarrollarse en su trabajo, estudio o actividades que exijan de su presencia.

De un total de “136.885”⁷ unidades residentes en Bucaramanga, Floridablanca y Girón solo hay una demanda del 75% que equivale a 102.664 unidades residenciales, teniendo en cuenta la frecuencia de los servicios a utilizar se refleja un mercado potencial de 1.111.847 servicios al mes de los cuales el 54% representaría el mercado objetivo para el proyecto, que equivalen a 300397 servicios al mes.

De acuerdo a la investigación realizada a las clínicas y laboratorios sobre la forma de entrega de los resultados, ésta se realizaba personalmente y en horarios estipulados por las empresas, representando dificultades e inconformidades a sus clientes y pacientes, debido a que en muchas ocasiones por razones laborales y personales se les dificulta trasladarse a realizar la recepción de dichos resultados y con ello generando problemas en su rutina diaria.

Estas empresas en promedio están en la capacidad de atender 146.200 pacientes al mes, de las cuales solo el 85% están interesadas en adquirir los servicios, representado en 124.270 pacientes al mes de los cuales tan solo el 70% están interesados en el servicio de la entrega de los resultados a domicilio, siendo esto un total de 86.989 pacientes al mes.

La información suministrada para la evolución de la demanda histórica, es tomada de las respuestas dadas a las encuestas realizadas a los administradores de las empresas de domicilios y mensajería, laboratorios y clínicas, sobre el índice del crecimiento de la demanda de los últimos años y la cantidad de servicios realizados. (Ver anexo 04)

7. DANE

Administradores de Laboratorios y clínicas.

- Cuántos pacientes atiende en promedio anual?

Respuesta : El promedio anual de pacientes atendido por estas empresas es de 1420229.

- Cuál sería la tasa de crecimiento anual de pacientes atendidos en los últimos años?

Respuesta : Los encuestados manifestaron que la tasa de crecimiento es de un 5%.

Administradores de Empresas de Domicilio y Mensajería

- Cuál sería la tasa de crecimiento anual de la demanda del servicio en los últimos años?

Respuesta : Los encuestados manifestaron que la tasa de crecimiento es de un 4%.

Tabla 18. Evolución Histórica de la demanda de domicilios y mensajería, laboratorios y clínicas

AÑO	DOMICILIOS Y MENSAJERIA	LABORATORIOS Y CLINICAS
2001	9246789	1288189
2202	10448871	1352599
2003	11807225	1420229

2.5.3.3 Proyección de la demanda. Para la proyección de la demanda se utilizo el método de los mínimos cuadrados, bajo la ecuación.

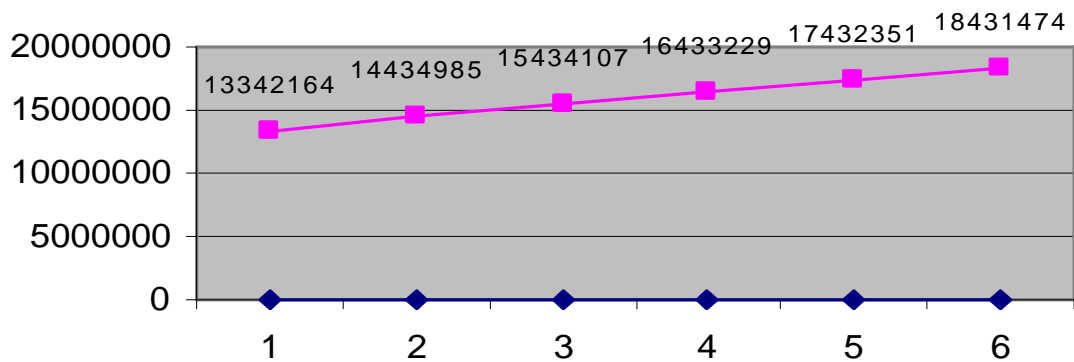
Y : $a + bx$ los resultados se observan en la tabla 19 las graficas 18 y 19.

Tabla 19. Proyección de la demanda de domicilios y mensajería, laboratorios y clínicas y clínicas

AÑO	DOMICILIOS Y MENSAJERIA	LABORATORIOS Y CLINICAS
2004	13342164	1491240
2005	14434985	1552075
2006	15434107	1602540
2007	16433229	1653005
2008	17432351	1703469
2009	18431474	1753934

Grafico 18.

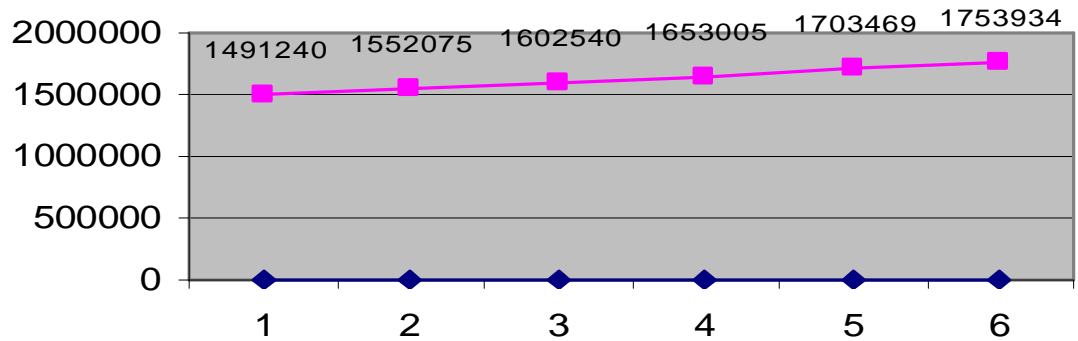
Proyección de la demanda de domicilios y mensajería en general



Se observa un incremento anual en la demanda de domicilios y mensajería en general el incremento es de 1.092.821 servicios a prestar anualmente durante los cinco años de proyección.

Grafico 19.

Proyección de la demanda de laboratorios y clínicas



Se observa un incremento anual en la demanda para clínicas y laboratorios para la entrega de los resultados a domicilio el incremento es de 60.835 servicios a prestar anualmente durante los cinco años de proyección.

2.6 TABULACIÓN Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA OFERTA

2.6.1 Encuestas aplicadas a las empresas de mensajería y domicilios para conocer la competencia (Ver anexo 03).

1. Se encuentra constituida legalmente

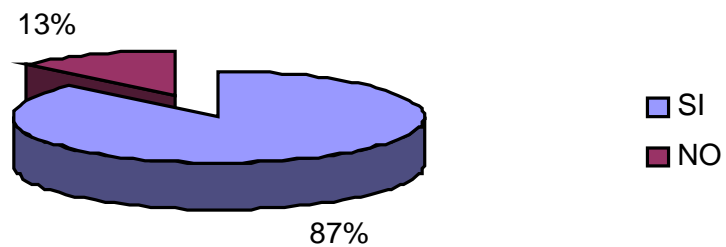
Tabla 20. Empresas legalmente constituidas

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	117	100
NO	0	0
TOTAL	117	100

Fuente: Los Autores

Grafico No. 20.

Empresas legalmente constituidas



El 100% de las empresas de mensajería y domicilios se encuentran legalmente constituidas.

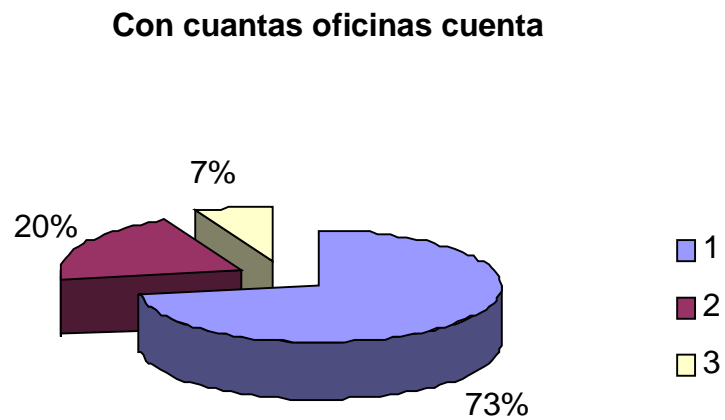
2. Con cuantas oficinas cuenta?

Tabla 21. Con cuantas oficinas cuenta

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	86	73
2	23	20
3	8	7
TOTAL	117	100

Fuente: Los Autores

Grafico 21.



El 73% de las empresas manifiestan tener solo una oficina para la recepción y despacho de los servicios, el 20% tienen dos (2) oficinas, el restante 7% tienen tres (3) oficinas al servicio de sus clientes.

3. En que sectores se encuentran ubicadas

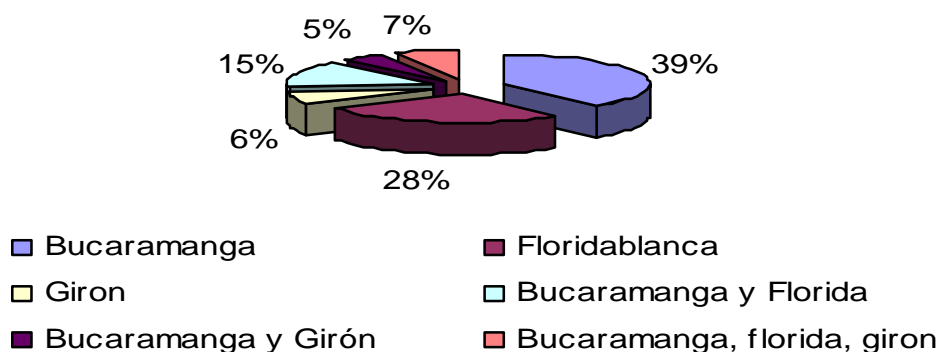
Tabla 22. Ubicación de las oficinas

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bucaramanga	46	39
Floridablanca	33	28
Girón	7	6
Bucaramanga y Florida	17	15
Bucaramanga y Girón	6	5
Bucaramanga, florida, Girón	8	7
TOTAL	117	100

Fuente: Los Autores

Grafico 22.

UBICACION DE LAS OFICINAS



El 73% de las empresas encuestadas manifestaron tener una sola oficina y se encuentran ubicadas de la siguiente forma: el 39% Bucaramanga, 28% Floridablanca, 6% en Girón; el 20% de las empresas que manifestaron tener dos (2) oficinas las tienen ubicadas en: 15% en Bucaramanga Y Floridablanca, el 5% en Bucaramanga y Girón; y el 7% que poseen tres (3) oficinas están ubicadas en Bucaramanga, Floridablanca y Girón respectivamente una en cada lugar.

4. Que servicios presta a sus clientes

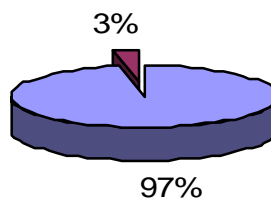
Tabla 23. Servicios ofrecidos

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pagos de recibos, compras, consignaciones envíos de correspondencia y paquetes	113	97
Pagos de recibos, compras, consignaciones envíos de correspondencia y paquetes, Otros (transportes)	4	3
TOTAL	117	100

Fuente: Los Autores

Grafico 23.

SERVICIOS OFRECIDOS



- Pagos de recibos, compras, envíos de correspondencia y paquetes y consignaciones
- Pagos de recibos, compras, consignaciones envíos de correspondencia y paquetes, Otros (transportes)

De las empresas encuestadas el 97% manifestaron prestar los servicios de pagos de servicios públicos y obligaciones, compras de artículos de primera necesidad, envíos de correspondencia y paquetes, y consignaciones en los diferentes bancos y corporaciones, el 3% manifestó además de todos los anteriores, prestar el servicio de transporte.

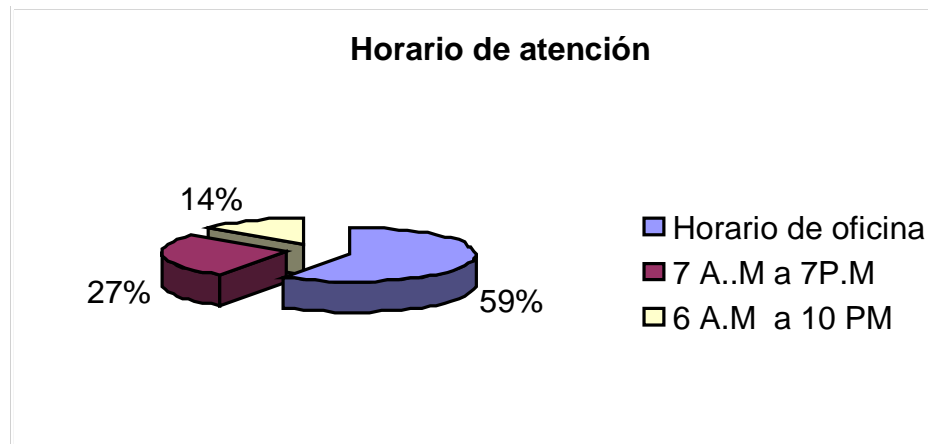
5. Cual es el horario de atención?

Tabla 24. Horario de atención

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Horario de oficina	69	59
7 A..M a 7P.M	23	27
6 A.M a 10 PM	16	14
TOTAL	117	100

Fuente: Los Autores

Grafico 24.



El 59% de las empresas encuestadas manifiestan tener un horario de servicio en horario de oficina, seguida por el 27% que tienen un horario de 7 a.m.- 7 p.m., y por ultimo el 14% manifestó que su horario es de 6 a.m.- 10 p.m.

6. Que tipo de publicidad utiliza

Tabla 25. Publicidad utilizada

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Directorio telefónico	39	33
Volantes	14	12
Tarjetas	19	16
Adhesivos	8	7
Camisas, chalecos, canastas	37	32
TOTAL	117	100

Fuente: Los Autores

Grafico 25.



El 33% utiliza como publicidad las paginas amarillas del directorio telefónico, el 32% camisas, chalecos, canastas con forros, todo esto estampado con logotipo y teléfonos, el 16% tarjetas de presentación, el 12% utiliza los volantes, el restante 7% utiliza adhesivos.

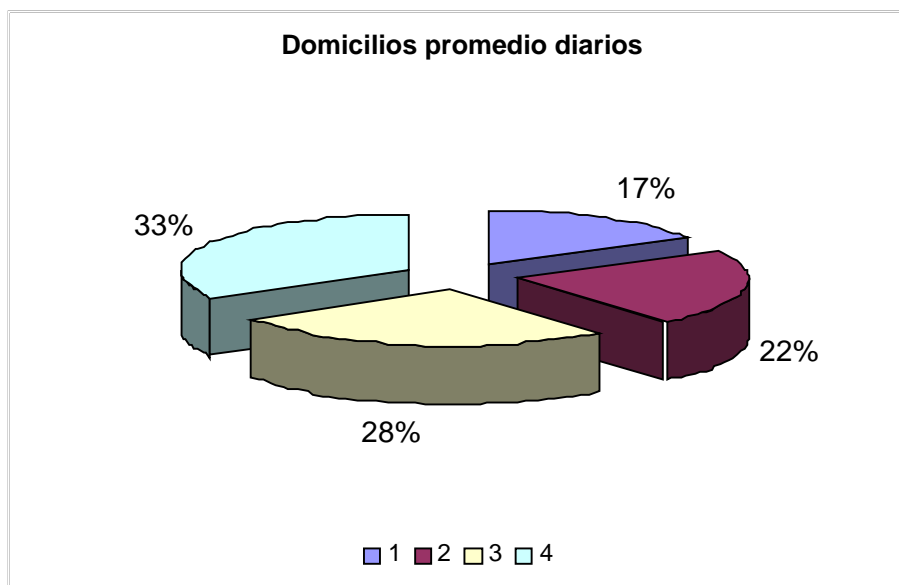
7. Cuantos domicilios en promedio diariamente atiende su empresa

Tabla 26. Domicilios promedio diarios

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
60	33	28
80	38	33
100	26	22
120	20	17
TOTAL	117	100

Fuente: Los Autores

Grafico 26.



De las empresas encuestadas el 33% aseguran que los servicios diarios en promedio son 80, el 28% dice que cubren 60 servicios, el 22% cubre 100 servicios, y el restante 17% cubre 120 servicios diarios en promedio.

2.6.2 Análisis de la información de la oferta

2.6.2.1 Ficha técnica

Tipo de investigación	Investigación Exploratoria y Descriptiva.
Método de investigación	Método Deductivo
Fuentes de información	<ul style="list-style-type: none">• Fuentes primarias: Entrevistas, encuestas, observación directa.• Fuentes secundarias: Cámara de Comercio, directorio telefónico.
Técnicas de recolección de información	Encuestas
Instrumento	Cuestionarios
Modo de aplicación	Telefónica
Definición de la población(elemento, unidad de muestreo)	Empresa de domicilios y mensajería de Bucaramanga y su Área Metropolitana.
Proceso de muestreo	Se realizó un censo de las empresas de domicilios y mensajería.
Marco muestral	Listado de empresa de domicilios y mensajería de Bucaramanga y su Área Metropolitana
Alcance	Bucaramanga y su Área Metropolitana
Tiempo de aplicación	Del 12 al 30 de Abril del 2004

2.6.2.2 Situación actual de la competencia. En la ciudad de Bucaramanga y área metropolitana existen empresas de mensajería especializada, a nivel urbano, nacional e internacional, como Aeromensajería, Servientrega, Adpostal, Envía, Coordinadora, Aeroenvios, Domesa de Colombia S.A., con servicios especiales como giros, encomiendas y transporte de carga pesada.

“Se encontró que existen 117 empresas de mensajería registradas”⁸ usando instrumentos de entrevistas y observación directa sobre métodos y tecnología utilizada por la competencia para la prestación del servicio en cumplimiento de su objeto social.

8. Cámara de Comercio de Bucaramanga

El 100% de las empresas de mensajería y domicilios se encuentran legalmente constituidas, el 73% de las empresas manifiestan tener solo una oficina para la recepción y despacho de los servicios, el 20% tienen dos (2) oficinas, ubicadas en Bucaramanga, Girón, Floridablanca. (ver tablas 20, 21,22)

De las empresas encuestadas el 97% manifestaron prestar los servicios de pagos de servicios públicos y obligaciones, compras de artículos de primera necesidad, envíos de correspondencia y paquetes, y consignaciones en los diferentes bancos y corporaciones.(ver tabla 23)

El 59% de las empresas encuestadas manifiestan tener un horario de servicio en horario de oficina, seguida por el 27% que tienen un horario de 7 a.m.- 7 p.m.(ver tabla 24).

En cuanto a la publicidad el 33% utilizan las paginas amarillas del directorio telefónico, el 32% camisetas, chalecos, canastas con forros, todo esto estampado con logotipo y teléfonos, el 16% tarjetas de presentación. (ver tabla 25).

De las empresas encuestadas el 33% aseguran que el promedio de servicios prestados diarios son 80, el 28% realizan 60 servicios diarios, el 22% realiza 100 servicios, el 17% realiza 120 servicios diarios en promedio. (ver tabla 26).

Las empresas mas representativas son: Teleservicios, A Tiempo, Correcaminos, Fácil, Halcones, A Buenahora, Uno A, Rapi Express, Servilla, Speed Way, Máxima Velocidad, Al Instante, Multi Ya entre otros; dentro de sus fortalezas están: oficinas en varios sectores, cuentan aproximadamente con 10 mensajeros, varias líneas de atención, buena publicidad; dentro de sus debilidades se encuentran la rotación permanente de personal debido a la inestabilidad de los mismos, los horarios de atención, la falta de compromiso hacia la empresa.

Referente a la entrega de resultados de laboratorio como ya se había manifestado anteriormente este servicio se ha venido prestado de una forma particular en donde los pacientes realizan el contacto de estas empresa para prestarles el servicio y el laboratorio no se hace responsable por dichas entregas.

2.6.2.3 Proyección de la oferta. Ya que en Bucaramanga y su área metropolitana existen empresas que ofrecen el servicio de domicilios y mensajería en general a los hogares, la información histórica sobre el comportamiento de la oferta de estos servicios, (ver tabla 27) que permitan hacer una proyección real para calcular una demanda insatisfecha se realizo mediante encuestas realizadas a los Administradores de diferentes empresas de domicilios y mensajería en donde manifestaron un crecimiento de la oferta del 13% para todos los servicio, actualmente están realizando 3607200 unidades al año. (Ver anexo 04). Para la proyección de la oferta de domicilios y mensajería en general se utilizó el método de los mínimos cuadrados bajo la ecuación : $Y = a + bX$

Para los laboratorios y clínicas no se pudo determinar evolución histórica de la oferta, debido a que las empresas de domicilios y mensajería no tienen en la actualidad ninguna clase de convenio con estas empresas; se utilizó un método cualitativo, según los resultados obtenidos del estudio de mercados, teniendo en cuenta la participación que el proyecto va a tener sobre este servicio.

El pronostico del crecimiento actual para los servicios (ver tabla 28 y grafica 27, 28).

Tabla 27. Evolución histórica de la oferta para domicilios y mensajería en general

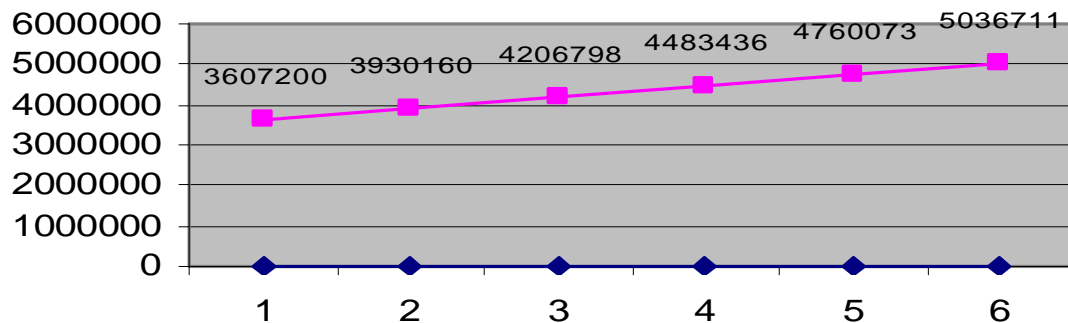
AÑO	DOMICILIOS Y MENSAJERIA
2001	2499970
2002	2824966
2003	3192212

Tabla 28. Proyección de la oferta para domicilios y mensajería en general laboratorios y clínicas

AÑO	DOMICILIOS Y MENSAJERIA	LABORATORIOS Y CLINICAS
2004	3607200	125040
2005	3930160	137544
2006	4206798	151298
2007	4483436	166428
2008	4760073	183071
2009	5036711	201378

Grafico 27.

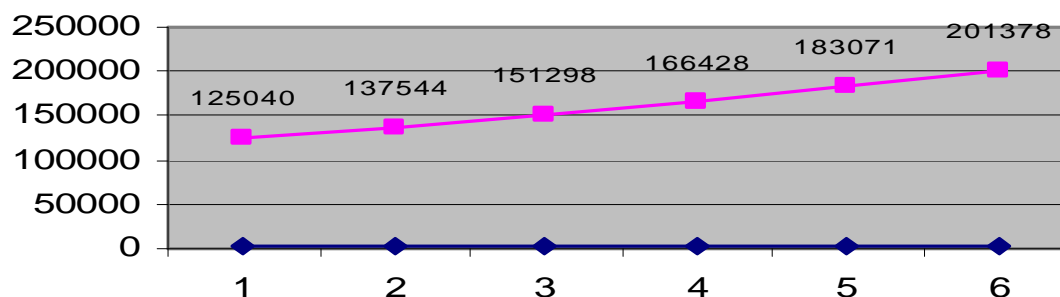
Proyección de la oferta para domicilios y mensajería en general



Se observa un incremento anual en la oferta para domicilios y mensajería en general de 322960 unidades de servicios a prestar anualmente durante los cinco años de proyección.

Grafico 28.

Proyección de la oferta para laboratorios y clínicas



El proyecto participará en su año de ingreso al mercado cubriendo el 10 % de la demanda para laboratorios y clínicas en la entrega de los resultados a domicilio que serán 125040 servicios a prestar anualmente, con un incremento del 10 % durante los cinco años de proyección.

2.7 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

2.7.1 Unidades Residenciales. Se puede afirmar, que la demanda insatisfecha para el servicio de domicilios y mensajería en general es del 54% de los encuestados que consideran que debe haber una nueva empresa. Que sería equivalente a 600.397 servicios mensuales ya que estos encuestados demuestran por diferentes razones inconformismo en cuanto a: horarios, ineficiencia, demoras, irresponsabilidad, precios, mal servicio, disponibilidad; y no se encuentran satisfechos con la oferta actual.

2.7.2 Sector clínicas y laboratorios. Tomando en cuenta los resultados obtenidos en la investigación de mercado se puede afirmar que el 70% de sus clientes y pacientes solicitan el servicio, y el 85% de estas empresas les gustaría

brindar este servicio y otro 5% de las que no le gustaría brindar el servicio aceptarían estudiar alguna propuesta.

Sin olvidar que el 18% ya le prestan el servicio a sus clientes y pacientes; concluiríamos como demanda insatisfecha a el 72% de estas empresas que equivalen a 5975 entregas mensuales.

2.8 CANALES DE COMERCIALIZACION

2.8.1 Análisis de los canales actuales del mercado. De los canales actuales de comercialización del servicio ofrecido por las empresa de domicilios y mensajería en general, es importante resaltar que este es directo debido a las características o factores que pueden originar las necesidades del cliente, que con solo una llamada telefónica a cual quiera de estas empresas al instante se encuentra un mensajero que le realizara el servicio directamente y personalizado sin ningún intermediario ni demoras en el servicio.

En cuanto a las empresa de mensajería especializada se puede determinar que el canal es indirecto por que el cliente visita las oficinas de estas empresa donde le hacen la recepción del servicio estos a su vez las seleccionan con la demás correspondencia para de esta forma salir hasta el otro día a realizar las entregas correspondientes siendo este servicio mas utilizado para las entregas a nivel nacional respectivamente.

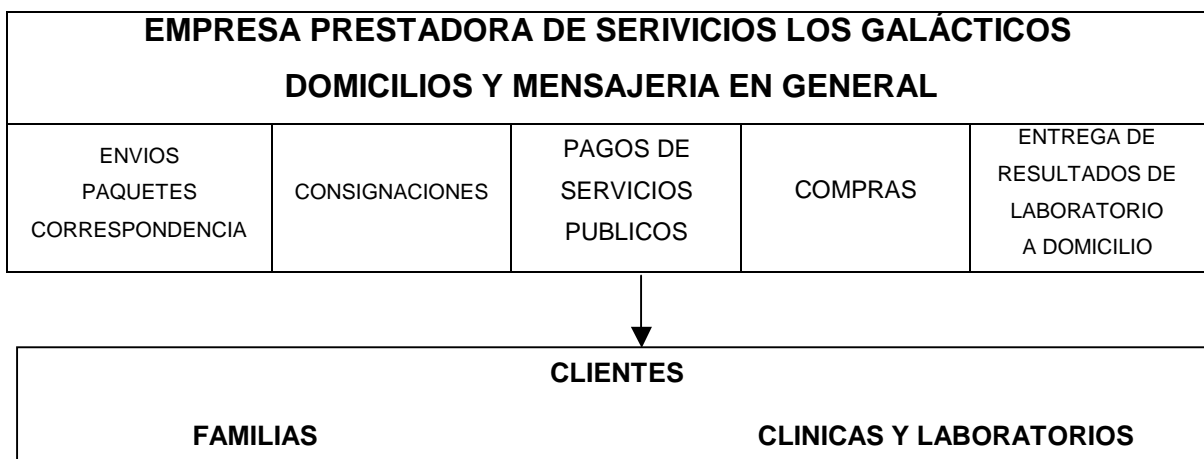
2.8.2 Ventajas y desventajas de los actuales canales del mercado. El canal actual de comercialización de estas empresas resulta ser muy ventajoso por que el servicio se prestara al instante, directamente y personalizado por los mensajeros de estas empresas resultando económico para el cliente y la empresa.

La desventaja de este tipo de canal para estas empresas es cuando el cliente entrega un artículo al mensajero sin haber realizado el registro en la empresa y que después se le presenten problemas por una mala entrega, pérdida, maltrato, daños que sufra por los cuales estas empresa no se hacen responsables por dichas inconformidades, ocasionando problemas entre el cliente y la empresa.

Otra de ellas es que los delincuentes están utilizando este tipo de empresas para realizar sus fechorías como extorsiones en las que resultan involucrados los mensajeros por ir a recoger los paquetes que son el resultado de estos delitos.

En conclusión la prestación del servicio de la empresa “ LOS GALÁCTICOS LTDA” DOMICILIOS Y MENSAJERIA EN GENERAL, se realizara directamente, sin utilizar intermediarios, por lo tanto el servicio será directo empresa – cliente, por que le resultara económico para los clientes y la empresa, por las desventajas la empresa se encargara de comunicarle al cliente sobre las condiciones para la prestación del servicio, para prevenir y evitar que se presenten inconformidades entre la relación cliente--empresa.

Figura 01. Canal de comercialización



2.9 PRECIO

Dentro de la investigación de mercados que se realizó el 75% de la población que a utilizado los servicios manifiestan que los precios que están pagando por la prestación de estos servicios son los siguientes: por envíos entre \$2.000 y \$2800 pesos, pago de servicios entre \$3.000 y \$4.000 pesos, por compras \$3.500 pesos, por consignaciones entre \$3.300 y \$4.000, envíos de correspondencia certificada entre \$800 y \$1.000 pesos entrega de resultados de laboratorio entre \$1000 y \$1500 pesos.

En conclusión los precios que fijara por la prestación del servicio la empresa “ LOS GALÁCTICOS LTDA” DOMICILIOS Y MENSAJERIA EN GENERAL, se estipulan de acuerdo a la clase de servicio la distancias de recepción y entrega del servicio, y teniendo en cuenta los precios actuales de la competencia y la calidad del servicio que se va a prestar, a continuación se presenta el listado de precios. (cuadro 03)

Cuadro 03. Listado de precios (\$)

Tipo de servicio	Centro	Florida	Girón
Consignaciones	3300	3800	4000
Pago de servicios	3000	3500	4000
Compras	3500	3500	3500
Correspondencia mas de 30 sobres	800	900	1000
Entrega resultados de laboratorios	1000	1200	1500
Envíos			
Zona sur	2300	2400	2800
Zona norte	2000	2800	2800
Zona occidental	2000	2500	2800
Zona oriental	2000	2500	2800

2.10 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

La estrategia publicitaria y de promoción, pretende satisfacer los objetivos de la empresa y captar el mayor número de clientes.

2.10.1 Objetivos

- Ser reconocidos a nivel de Bucaramanga y su área metropolitana.
- Dar a conocer los servicios prestados por la empresa.
- Utilizar y optimizar los recursos disponibles para la promoción y publicidad de la empresa.
- Captar el mayor número de clientes

2.10.2 Lema

**“POR QUE USTED MERECE LO MEJOR
LOS GALÁCTICOS SE LO PUEDEN OFRECER
LO QUE DESEE A DONDE QUIERA
EN EL MENOR TIEMPO POSIBLE.”**

Con este lema la empresa los GALÁCTICOS LTDA DOMICILIOS Y MENSAJERIA EN GENERAL , quiere que sus clientes conozcan el alcancé del servicio ofrecido y puedan satisfacer sus necesidades mediante la prestación de un servicio eficiente y ágil con diferentes alternativas para cumplir con sus requerimientos y obtener beneficios al utilizarlo.

2.10.3 Análisis de los medios. Teniendo en cuenta el estudio de mercado se puede determinar que el medio publicitario por el cual los clientes han reconocido estas empresas son: en su orden de importancia:

Directorio Telefónico 39%, Tarjetas de presentación 22%, Volantes 14%, Uniformes 13%, Amigos 10%, y el 2% por radio.

2.10.4 Logotipo



Con este logotipo la empresa los GALÁCTICOS LTDA DOMICILIOS Y MENSAJERIA EN GENERAL, quiere representar, con las llamas en los zapatos la velocidad y agilidad en la prestación del servicio, con los puños el respaldo, confianza y la seguridad de la empresa, el espacio y las estrellas significa el cubrimiento del área donde operara la empresa, y el nombre representa la diferencia y la calidad con el propósito de satisfacer todas las necesidades de nuestros clientes.

2.10.5 Selección de medios. Dentro de los medios publicitarios y de promoción mas importantes se determina que se pueden utilizar para el periodo de lanzamiento al mercado son los volantes y para el periodo de operación se utilizaran: tarjetas de presentación, uniformes y suscripción anual en las paginas amarillas, cartas de presentación o portafolio de servicios a las empresas, y adhesivos.

2.10.6 Estrategias publicitarias. Para la divulgación y promoción de los servicios se utilizaran:

- Las tarjetas de presentación que contaran con los números telefónicos, horarios, servicios, logotipo, que se entregaran en forma personal por los mensajeros a los clientes que solicitan el servicio.
- Los adhesivos contaran con los números telefónicos, logotipo, que se entregaran en forma personal por los mensajeros a los clientes que solicitan el servicio.
- Volantes los cuales se repartirán masivamente a todas las unidades residenciales que sean posibles.
- Todo mensajero estará uniformado con camisa, chaleco y canasta forrada, en las que se resaltaran los teléfonos de la oficina de servicios y logotipo de la empresa.
- Para las clínicas y laboratorios se elaborara la carta de presentación con todos los servicios que la empresa ofrece.

2.10.7 Presupuesto de Publicidad. El presupuesto para la publicidad es de \$2.594.000 pesos, que estarán distribuidos de la siguiente forma (ver. Anexos 05, 06).

- Como publicidad de lanzamiento se utilizaran los volantes, por ser un medio económico y que llega con facilidad al mercado objetivo, se repartirán en unidades residenciales de los estratos 3 en adelante y su costo será de \$ 180.000 pesos.
- Como publicidad de operación se utilizaran tarjetas de presentación, adhesivos, camisas, aviso en las paginas amarillas del directorio telefónico, que tendrá un costo de \$2.414.000. pesos.

Cuadro 04 Presupuesto de publicidad

DETALLE	UNIDADES	VALOR
Volantes	10.000	\$180.000=
Tarjetas de presentación	10.000	\$302.000=
Adhesivos	10.000	\$302.000=
Camisetas	28	\$460.000=
Directorio telefónico	1	\$1.350.000=
TOTAL		\$2.594.000=

2.10.8 Tarjeta de presentación

LOS GALACTICOS LTDA DOMICILIOS Y MENSAJERIA

LO QUE DESEE,
DONDE QUIERA
A DOMICILIO:



Pago de servicios
Consignaciones, compras,
Envíos, correspondencia, mensajería por horas

HORARIO DE
LUNES A DOMINGO
Y FESTIVOS:
7 a.m. – 11 p.m.

TEL : 6802284-6324024

2.10.9 Adhesivo



2.10.10 Volante

LOS GALACTICOS LTDA DOMICILIOS Y MENSAJERIA



**LO QUE DESEE,
DONDE QUIERA
A DOMICILIO:**
Pago de servicios,
Consignaciones, compras,
Envíos, correspondencia, mensajería por horas

**HORARIO DE
LUNES A DOMINGO
Y FESTIVOS:
7 a.m. – 11 p.m.**

TEL : 6802284-6324024
POR DIEZ SERVICIOS UNO GRATIS

2.10.11 Directorio telefónico

LOS GALACTICOS LTDA DOMICILIOS Y MENSAJERIA

LO QUE DESEE,
DONDE QUIERA
A DOMICILIO:



Horario de
LUNES A DOMINGO
Y FESTIVOS:
7 a.m. - 11 p.m.

Pago de servicios.
Comisgaciones, compras.
Envios, correspondencia, mensajería por horas

TEL : 6802284-6324024

2.11 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Se determinó que el 75% de los encuestados ya conocen y han utilizado esta modalidad de servicio siendo esto de importancia por el conocimiento de los beneficios que les otorga.

El 65% se encuentran satisfechos con el servicio que actualmente le prestan estas empresas y el 35% muestran inconformismo por razones como, precios, horarios, demoras en el servicio, irresponsabilidad e ineficiencia.

El 54% consideran que si utilizaran los servicios de una nueva empresa.

Los servicios mas utilizados por la población en estudio son envíos con un 27%, compras 20%, pago de servicios 15%, consignaciones 12%; y los utilizan con una frecuencia, diario 30%, semanal 32%, mensual 21% y quincenal 17%; los precios que están pagando en promedio por los anteriores servicios son: envíos \$2400, pago servicios \$3500, compras \$3500, consignaciones \$3650, correspondencia mas de 30 sobres \$800, para entrega de resultados \$800.

Los medios de publicidad por los cuales se han conocido mas estas empresas son: el directorio telefónico 39%, tarjetas de presentación 22%, y los volantes 14%; se determina que el horario mas adecuado para la prestación de este servicio es de 7 a.m.-11 p.m.; los aspectos que se tienen en cuenta al seleccionar una empresa de domicilios y mensajería en orden de importancia son: el precio, la responsabilidad, cumplimiento, rapidez, y la cercanía.

Para los laboratorios y clínicas se determino que un 70% de los pacientes han solicitado que se les brinde este tipo de servicio; al 85% de los laboratorios y clínicas les gustaría estudiar la propuesta de alguna empresa para que les preste este servicio.

Actualmente se encuentran 117 empresas de mensajería y domicilios registradas en la Cámara de Comercio, las cuales el 73% tienen una sola oficina, el 20% dos oficinas, el 7% tres oficinas, y prestan servicios de envíos, pagos de servicios, consignaciones, compras, y envíos de correspondencia.

El horario de atención más utilizado por estas empresas es el horario de oficina y de 7 a.m.- 7 p.m.; La publicidad más utilizada es el directorio telefónico en un 33%, el 32% utilizan (camisas, chalecos, canastas con forros) estampados con logotipo y números telefónicos, el 16% utilizan tarjetas de presentación.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede determinar que hay una gran aceptación hacia la creación de una nueva empresa de domicilios y mensajería en general para Bucaramanga y su área metropolitana del 54% representando una demanda potencial de aproximadamente 300.397 servicios mensuales y para los laboratorios y clínicas del 70% de aceptación por el servicio que equivalen a 86989 entregas mensuales. Con lo que aspira a captar este mercado, mejorando las condiciones y características del servicio.

Teniendo en cuenta el estudio realizado, se determina que existe una considerable demanda insatisfecha de servicios de domicilios y mensajería en general y reparto de resultados a domicilio de los laboratorios y clínicas, por consiguiente se concluye que el proyecto es viable desde el punto de vista de mercados.

3 ESTUDIO TÉCNICO

En este capítulo se establece la descripción técnica del proyecto en desarrollo, el tamaño y sus factores condicionantes, tipo de empresa, localización y tamaño, la ingeniería (descripción en detalle del servicio que ofrecerá la empresa) la tecnología del proyecto, procedimientos a seguir infraestructura requerida y el recurso humano necesario.

3.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para definir el tamaño del proyecto se tendrá en cuenta el estudio de mercados realizado en el capítulo anterior tomando como base la frecuencia de los servicios a utilizar.

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. La población representada en un 75% de las personas que manifiestan interés de utilizar los servicios ofrecidos cuya característica principal es la prestación de un servicio que satisfaga las necesidades de los hogares de los estratos 3 en delante de Bucaramanga y su área metropolitana. También a tener en cuenta la participación del 85% de los laboratorios y clínicas de Bucaramanga y su área metropolitana que manifiestan interés para utilizar este servicio, destacándose por su eficiencia, seguridad y responsabilidad.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto. Los factores que en determinado momento inciden en el tamaño del proyecto son:

- La demanda
- La capacidad financiera
- El recurso humano
- Tecnológico

3.1.2.1 La demanda. La demanda potencial de los hogares de Bucaramanga y su área metropolitana para los servicios de mensajería y domicilios para el primer mes es de 1.111.847 servicios y para el mercado objetivo es de 300.397 para el primer mes donde el proyecto participara en el 1.8% del mercado objetivo que corresponde a 5.559 servicios para el primer mes.

Para el caso de los laboratorios y clínicas el mercado potencial es del 85% que equivale a 124.270 resultados al mes y con un mercado objetivo del 70% de la población manifestó que utilizaría este servicio que equivalen a 86.989 al mes donde el proyecto participara en un mercado objetivo del 10% que corresponde a 8.699 servicios para el primer mes.

3.1.2.2 Capacidad financiera. Los autores del proyecto cuentan con la capacidad financiera para la puesta en marcha de la empresa, por lo cual el proyecto se ejecutara sin financiación. La cuantificación del proyecto se reflejara en el estudio financiero.

3.1.2.3 Recurso Humano. La empresa no requiere personal altamente calificado y especializado ella misma realizara la capacitación para que adquieran conocimiento básico de las funciones a desarrollar y valores desarrollados frecuentemente como: respeto buen trato, justicia, ética y honestidad.

3.1.2.4 Tecnológico. El recurso tecnológico, que se cuenta para el apoyo logístico que garantice mayor eficiencia en la prestación del servicio, esta representado en equipo de oficina (computador con impresora, archivador), comunicaciones(word sender para el envío de mensajes desde la oficina, beeper para cada mensajero, identificador de llamadas).

3.1.3 Capacidad del proyecto

3.1.3.1 Capacidad total diseñada. Permite determinar la capacidad disponible para el proyecto de atención, que será 97.672 servicios anuales de domicilios y mensajería y 183.071 entregas anuales de resultados de laboratorio a domicilio que serán cubiertos por 14 mensajeros.

3.1.3.2 Capacidad instalada. La empresa de domicilios contara con dos secretaria recepcionista que trabajaran de 7 a.m.-3 p.m.-11p.m. , dos líneas telefónicas, catorce mensajeros cada uno con beeper, dos de ellos descansaran cada día , cuatro se dedicaran a la entrega de resultados de laboratorio de lunes a sábados en horarios de 7 a.m.- 6 p.m., los ocho restantes estarán disponibles en la oficina para el cubrimiento de los domicilios de lunes a sábados en dos turnos distribuidos de la siguiente manera, cuatro de 7 a.m.- 7 p.m. y cuatro de 11 a.m.- 11 p.m., debido a que el domingo no se realizará reparto de resultados de laboratorio habrá doce mensajeros en la oficina distribuidos seis mensajeros en cada uno de los turnos.(cuadro 05)

Cuadro 05. Capacidad instalada

Detalles	Horarios/Turno	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Semana	Mes	Año
Secretarias	7 a.m.- 3 p.m.	1	1	1	1	1	1	1	-----	-----	-----
	3 p.m.- 11 p.m.	1	1	1	1	1	1	1	-----	-----	-----
Mensajeros oficina	7a, m.-7 p.m.	4	4	4	4	4	4	6	-----	-----	-----
	11 a.m.- 11 p.m.	4	4	4	4	4	4	6	-----	-----	-----
Mensajeros laboratorios	7 a.m.- 6 p.m.	4	4	4	4	4	4	--	-----	-----	-----
Descanso	-----	2	2	2	2	2	2	2	-----	-----	-----
Servicios oficina* día	7 a.m.-11 p.m.	185	185	185	185	185	185	185	1295	5550	66711
Servicios x mensajero	11 horas (1h almuerzo)	28	28	28	28	28	28	15	-----	-----	-----
Tiempo x servicio	660min.	23min	23min	23min	23min	23min	23min	44min	-----	-----	-----
Entrega resultados* día	7 a.m.- 6 p.m.	400	400	400	400	400	400	----	2400	10420	125040
Servicios x mensajero	10 horas (1 h almuerzo)	100	100	100	100	100	100	----	-----	-----	-----
Tiempo x servicio	600min.	6min	6min	6min	6min	6min	6min	-----	-----	-----	-----

3.1.3.3 Capacidad utilizada. Permite determinar la capacidad inicial para el proyecto que será del 1.8% (66.711 unidades anuales) de la demanda del mercado objetivo del servicio de domicilios y mensajería en general para las unidades residenciales de Bucaramanga y su área Metropolitana; y un 10% (104.388 unidades anuales) en la demanda del mercado objetivo de laboratorios y clínicas; aumentando año tras año la oferta en un 10%, de tal manera que al quinto año la empresa estará en capacidad de atender 97.672 servicios de domicilios y mensajería y 183.071 entregas de resultados a domicilio (ver cuadro No.06), donde llegara a cumplir con la capacidad diseñada para el proyecto.

Cuadro 06. Volumen anual de prestación de servicios

AÑO	PARA DOMICILIOS Y MENSAJERIA 10 MENSAJEROS				PARA CLINICAS Y LABORATORIOS 4 MENSAJEROS			
	AÑO	MES	SEMANA	DIA	AÑO	MES	SEMANA	DIA
2004	66711	5550	1295	185	125040	10420	2400	400
2005	73382	6115	1528	218	137544	11462	2866	478
2006	80720	6727	1681	240	151298	12608	3152	525
2007	88792	7399	1850	264	166428	13869	3467	578
2008	97672	8139	2035	291	183071	15256	3814	636

3.2 LOCALIZACION

3.2.1 Macrolocalización. La localización de la empresa para la prestación del servicio de domicilios y mensajería en general y entrega de resultados de laboratorio se desarrollara en la Republica de Colombia, Departamento de Santander, Municipio de Bucaramanga por ser el lugar de residencia de los autores del proyecto y por la demanda insatisfecha detectada en el sector.

3.2.2 Microlocalización. Para determinar la microlocalización, se realizo por el método de puntos, elaborando una lista de factores específicos, evitando que un factor sea evaluado mas de una vez, y se le asignara un valor en porcentaje dependiendo de su importancia, así:

3.2.2.1 Determinación de Posibles Sitios de Ubicación. Se determinan cuatro puntos posibles, dado que el proyecto estará dirigido a los hogares de Bucaramanga y su área metropolitana de los estratos 3 en adelante y los laboratorios clínicos, y de esta forma tener mejor cubrimiento.

SITIO A: Barrio Diamante 1, calle 105 No. 29-98

SITIO B: Barrio Lagos 2 carrera 6 No. 39-04

SITIO C: Poblado Girón calle 38 No. 23-68

SITIO D: Barrio Antonia Santos Centro, Carrera 22 No. 31-06

3.2.2.2 Definición de Factores. Se deben analizar los factores que afectan la localización de la oficina.

- F1** Desplazamiento en la atención al cliente
- F2** Acceso y Parqueo
- F3** Canon de Arrendamiento
- F4** Disponibilidad del Local
- F5** Garantía de Seguridad
- F6** Impacto Social
- F7** Costos De Servicios (Agua, Luz, Teléfono)

3.2.2.3 Ponderación y Puntuación de factores. A cada factor se le asigno un valor en porcentaje dependiendo de su importancia para la localización de la oficina, a mayor importancia mayor ponderación y la suma total es cien por ciento.

Cuadro 07. Ponderación de factores

	PONDERACIÓN DE FACTORES	PORCENTAJE
F1	Desplazamiento en la atención al cliente	20%
F2	Acceso y Parqueo	18%
F3	Canon de Arrendamiento	13%
F4	Disponibilidad del Local	12%
F5	Garantía de Seguridad	15%
F6	Impacto Social	12%
F7	Costos De Servicios (Agua, Luz, Teléfono)	10%

Para la puntuación se determino un mil (1000) puntos a asignar, que al multiplicar por la ponderación de cada factor dará el puntaje máximo asignado para todos los valores escogidos.

Cuadro 08. Asignación de puntos a los factores

ASIGNACIÓN DE PUNTOS A LOS FACTORES	
Valor máximo asignado 1000 puntos	
F1	1000 X 20% = 200
F2	1000 X 18% = 180
F3	1000 X 13% = 130
F4	1000 X 12% = 120
F5	1000 X 15% = 150
F6	1000 X 12% = 120
F7	1000 X 10% = 100
TOTAL	1000 PUNTOS

3.2.2.4 División de Factores en Grados y Puntuación. Se define cada factor en un determinado numero de grados, de acuerdo con la diferencia de intensidad que se detecte dentro de este. Cada grado se define con base en el nivel que representa; definido el puntaje máximo para los factores, se asignan puntos a cada grado dentro de cada factor; al puntaje mínimo de cada sector se a asignado el mismo peso del factor en porcentaje, definiendo el grado de menor significancia; los grados intermedios se puntuaran con proyecciones aritméticas.

Ponderación de grados

$$K = \frac{P.MAXIMO - P.MINIMO}{N - 1}$$

- Donde: K= Razón aritmética
 N= Numero de grados
 P= Puntaje

$$F1 = \frac{200 - 20}{3 - 1} = 90$$

$$F2 = \frac{180 - 18}{3 - 1} = 81$$

$$F3 = \frac{130 - 13}{3 - 1} = 58.5$$

$$F4 = \frac{120 - 12}{3 - 1} = 54$$

$$F5 = \frac{150 - 15}{3 - 1} = 67.5$$

$$F6 = \frac{120 - 12}{3 - 1} = 54$$

$$F7 = \frac{100 - 10}{3 - 1} = 45$$

F1	Desplazamiento en la atención al cliente	GRADO 3 2 1	DESCRIPCIÓN ALTO MEDIO BAJO
F2	Acceso y Parqueo	GRADO 3 2 1	DESCRIPCIÓN BUENA REGULAR MALA
F3	Canon de Arrendamiento	GRADO 3 2 1	DESCRIPCIÓN ALTO MEDIO BAJO
F4	Disponibilidad del Local	GRADO 3 2 1	DESCRIPCIÓN ALTO MEDIO BAJO
F5	Garantía de Seguridad	GRADO 3 2 1	DESCRIPCIÓN BUENA REGULAR MALA
F6	Impacto Social	GRADO 3 2 1	DESCRIPCIÓN BUENA REGULAR MALA
F7	Costos De Servicios (Agua, Luz, Teléfono)	GRADO 3 2 1	DESCRIPCIÓN ALTO MEDIO BAJO

Cuadro 09. Asignación de puntos

FACTORES	DESCRIPCION	PUNTAJE			PONDERACION
F1	Desplazamiento en la atención al cliente		90	200	1000 X 20%
	Grado 3 ALTO	200			
	Grado 2 MEDIO	110			
	Grado 1 BAJO	20			
F2	Acceso y Parqueo		81	180	1000 X 18%
	Grado 3 BUENA	180			
	Grado 2 REGULAR	99			
	Grado 1 MALA	18			
F3	Canon de Arrendamiento		58.5	130	1000 X 13%
	Grado 3 ALTO	130			
	Grado 2 MEDIO	71.5			
	Grado 1 BAJO	13			
F4	Disponibilidad del Local		54	120	1000 X 12%
	Grado 3 ALTO	120			
	Grado 2 MEDIO	66			
	Grado 1 BAJO	12			
F5	Garantía de Seguridad		67.5	150	1000 X 15%
	Grado 3 BUENO	150			
	Grado 2 REGULAR	82.5			
	Grado 1 MALA	15			
F6	Impacto Social		54	120	1000 X 12%
	Grado 3 BUENO	120			
	Grado 2 REGULAR	66			
	Grado 1 MALA	12			
F7	Costos De Servicios(Agua,Luz,Teléfono)		45	100	1000 X 10%
	Grado 3 ALTO	100			
	Grado 2 MEDIO	55			
	Grado 1 BAJO	10			
TOTALES				100	100%

3.2.2.5 Determinación de la ubicación. En la siguiente tabla, se muestra el resultado obtenido en la ponderación de factores y sus grados debidamente puntuados.

Cuadro 10. Asignación de puntos a los grados

FACTOR No	SITIO A		SITIO B		SITIO C		SITIO D	
	GRADO	PUNTOS	GRADO	PUNTOS	GRADO	PUNTOS	GRADO	PUNTOS
1	3	200	2	110	1	20	2	110
2	3	180	1	99	2	99	1	18
3	2	71.5	1	13	1	13	2	71.5
4	3	120	1	12	2	12	3	120
5	3	150	2	82.5	1	15	1	15
6	2	66	3	120	1	12	1	12
7	2	55	3	100	3	100	1	10
TOTALES		842.5		536.5		271		356.5

Con base en los resultados obtenidos, en la asignación de factores cuantitativos, a los diferentes factores que influyen en la microlocalización de la empresa, se determino al sitio A con un total de 842.5 puntos (ver cuadro 07.), el cual se encuentra ubicada en el diamante 1, se concluyo que los factores relevantes son el mercado consumidor, el acceso el parqueo, la disponibilidad del local, y las garantías de seguridad que brinda el sector.

Por lo anterior la localización de la empresa estará dada en el sitio A cuya dirección es calle 105 No. 29-98, y el sitio B cuya dirección es Cra. 22 No. 31-06 centro como oportunidad para en un futuro abrir un nuevo punto de atención.

3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO

3.3.1 Ficha técnica del servicio

Servicios Ofrecidos	<ul style="list-style-type: none">• Pago de servicios públicos• Envío de correspondencia y paquetes.• Consignaciones.• Compras.• Entrega de resultados de laboratorio.
Horario de Atención	7: 00 a.m. a 11:00 p.m. de lunes a domingo y festivos.
Recurso Humano	<ul style="list-style-type: none">• 1 Gerente.• 2 Recepcionistas.• 14 Mensajeros (se identifican con camisetas y forros en las canastas con el logotipo de la empresa.
Recurso Físico	1 oficina que se encontrara ubicada en la CI 105 No. 29 –98 con 20 Mts de diámetro distribuidos de asi: gerencia, recepción, sala de espera para mensajeros.
Recurso Tecnológico	<ul style="list-style-type: none">• 2 líneas telefónicas• Un equipo de computo• 2 Word Sender• 14 Beeper (con plan corporativo)

3.3.2 Descripción técnica del proceso de la prestación del servicio de domicilios y mensajería en general y entrega de resultados de laboratorios clínicos.

3.3.2.1 Procedimiento de servicio de domicilios y mensajería en general (Fig 02)

- El cliente solicita el servicio telefónicamente
- La recepción toma datos (nombre, dirección recepción y envió, teléfono) e informa al cliente sobre el costo del servicio.
- La recepción verifica el turno del mensajero, planilla en el control individual del mensajero
- La recepción envía a recoger y dar cumplimiento del servicio.
- El mensajero cobra y verifica dirección de entrega.
- El mensajero hace entrega del domicilio.
- El mensajero regresa a la oficina entrega dinero y espera nuevo requerimiento

3.3.2.2 Procedimiento entrega de resultados de laboratorios clínicos (Fig 03)

- El laboratorio, clínica solicita el servicio telefónicamente
- La recepción toma datos(nombre, dirección recepción y envió, teléfono)
- La recepción verifica el turno del mensajero, planilla en el control individual del mensajero
- La recepción envía a recoger los resultados.
- El mensajero recoge los resultados en el laboratorio
- El mensajero regresa a la oficina clasifica por direcciones y hace ruta
- Elabora planilla de recibidos

- El mensajero se dispone hacer entrega de los resultados y hace firmar el recibido de conformidad y realiza el cobro respectivo al cliente por el servicio prestado.
- El mensajero regresa a la oficina entrega dinero y planilla.

3.3.3 Diagrama de operaciones
Figura 02.

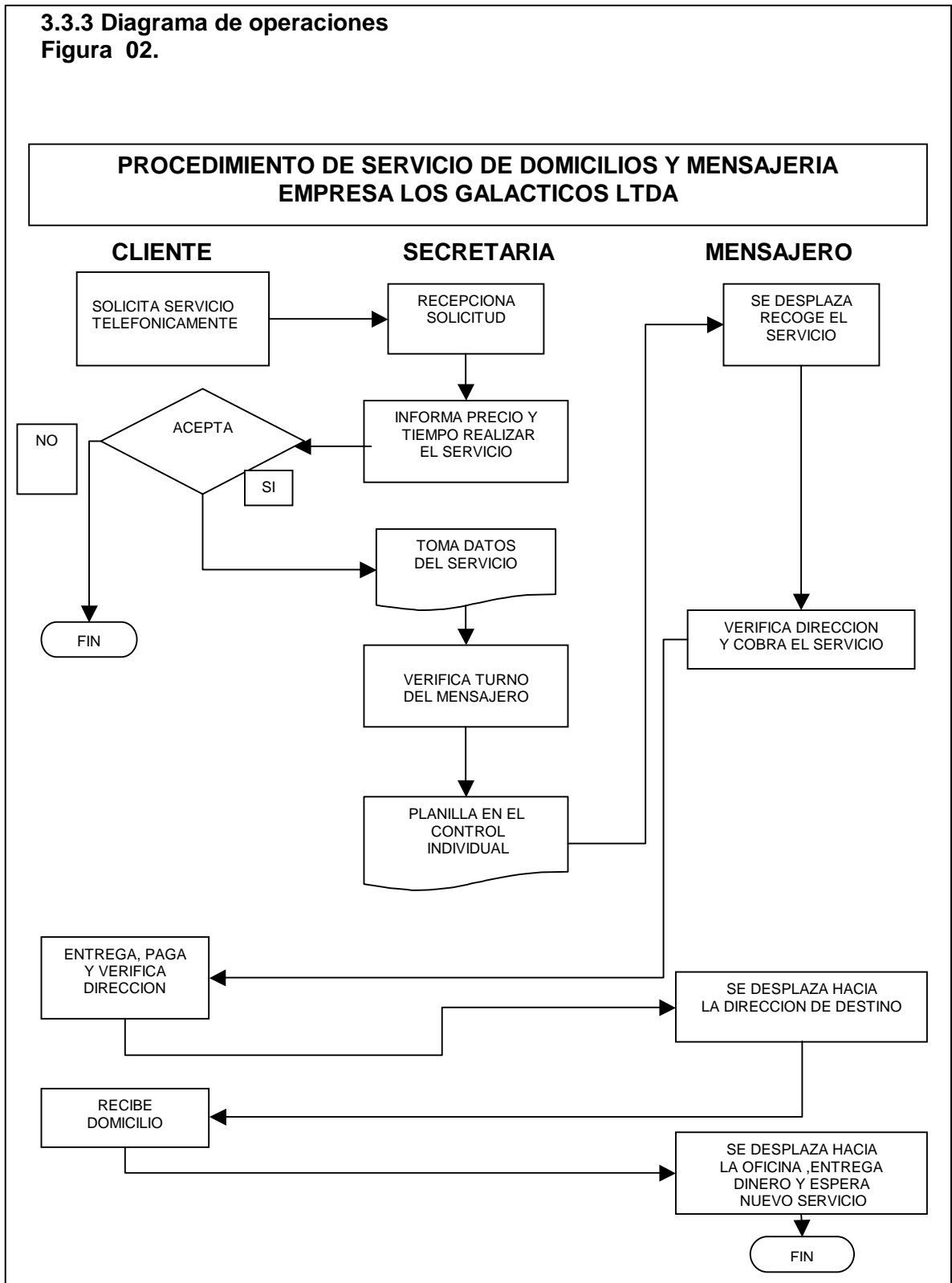
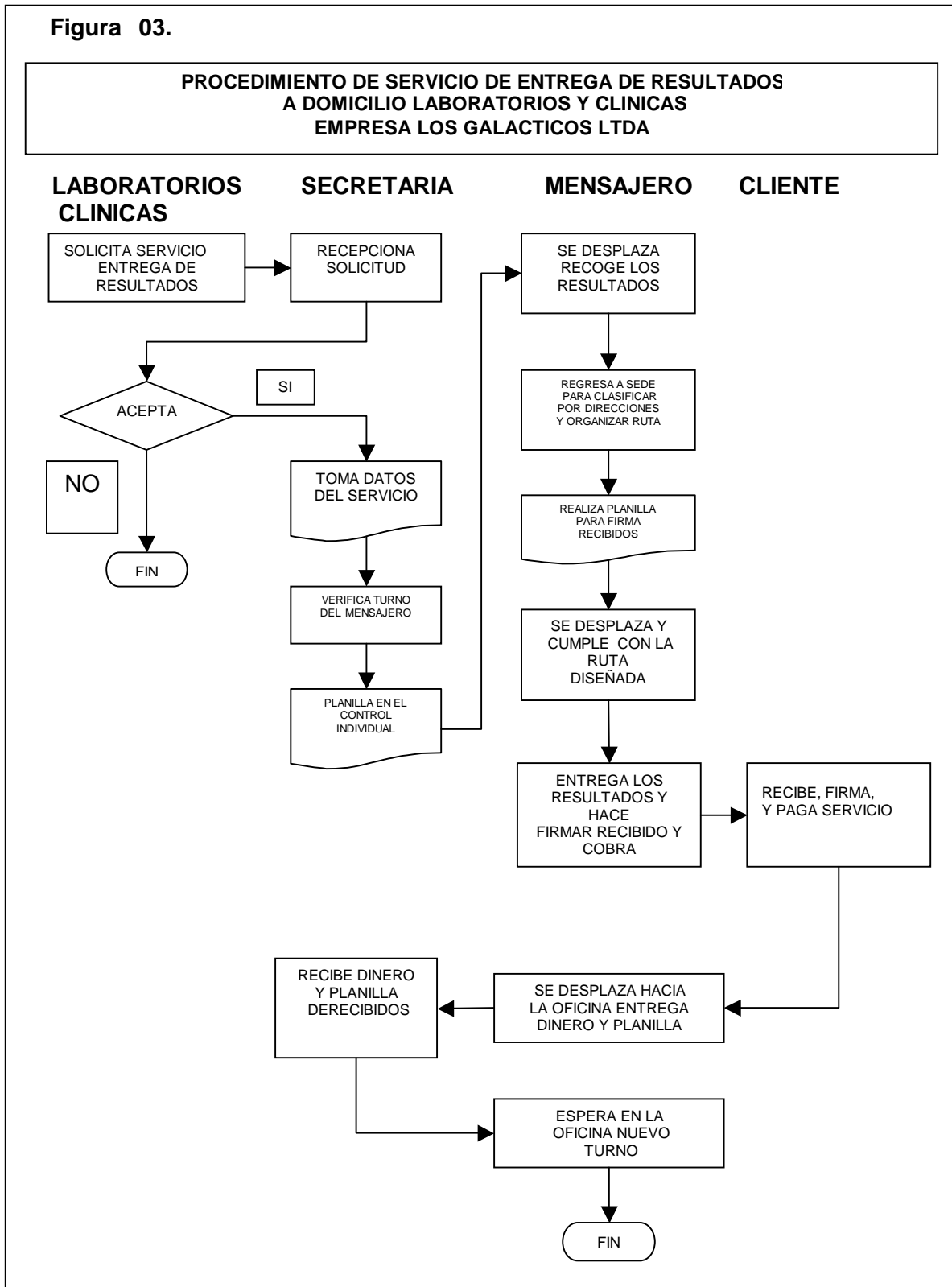


Figura 03.



3.3.4 Manejo de desechos. Para el manejo de los desechos generados en la actividad se optara por la cultura de reciclaje de estos, de la siguiente forma:

- **Papel:** se depositara en una de las canastillas de color blanca de la oficina que solo se utilizara para éste, que debe cumplir con los siguientes requisitos: no se debe arrugar, no debe estar contaminado por aceite o agua, no debe contener plástico, el papel no debe ser de revistas ni de plegables, no debe tener papel carbón ni papel para fax, después de cumplir con los anteriores requisitos se procede a empacarlo en bolsas de aseo blancas que se entregaran en los días que las cooperativas de reciclaje realicen la recolección.
- **Residuos orgánicos no reciclables:** se depositara en una canastilla de color beige que se ubicara en la sala de espera de los mensajeros en esta se depositaran los residuos de comida, cáscaras de frutas, servilletas, empaques contaminados con residuos de comida, papel carbón, celofán, para fax; que posteriormente se empacara en bolsas de aseo de color beige que será entregado a la empresa de recolección de basuras que pase por el sector.
- **Residuos sanitarios:** se depositaran en la canastilla de color negra que se encuentra ubicada en el sanitario y que posteriormente se empacaran en bolsas de aseo de color negro y se entregaran a la empresa de aseo que realice la recolección por el sector.

3.3.5 Control de calidad. El Sistema de control de la calidad que realizará la empresa LOS GALÁCTICOS LTDA domicilios y mensajería se implementará mediante los parámetros de la administración de la calidad total.

Es un amplio concepto que implica controlar todos los procesos desarrollados para generar un servicio, incorporando la participación en el control de la calidad, de

todos los involucrados en el proceso, como la gerencia, la recepción, mensajeros, entre otros, con el objetivo de satisfacer las necesidades del cliente.

Como se desarrollará:

OBJETIVO. “El objetivo principal es la felicidad y satisfacción de las personas” Ing. Kaoru Ishikawa.

Para quienes:

Los empleados. Proporcionando: un ingreso adecuado, ambiente de trabajo de armonía, respeto, oportunidades.

Los clientes. Proporcionándoles el sentirse satisfechos cuando utilizan los servicios.

Los accionistas. Generando utilidades suficientes para repartir o reinvertir nuevamente.

Medios para obtener el objetivo principal:

Calidad. Suministrar servicios con calidad, las inconformidades perjudican al cliente y reducen la demanda del servicio perjudicando los intereses generales de la empresa.

Precios. Por muy bueno que sea la calidad del servicio, no satisfará al cliente si el precio es excesivo, tampoco se pueden sacrificar las utilidades por que generaría la quiebra de la empresa.

Técnicas y herramientas. Mediante el ciclo de la administración de la calidad total:

- Determinación de metas y objetivos.
- Construir normas, reglamento, políticas, procedimientos del trabajo.
- Dar capacitación al personal.

- Ejecutar y realizar el trabajo (después de haber realizado los tres puntos anteriores).
- Verificar los resultados del trabajo realizado: se presentan problemas se realizara la verificación por:

Causas. Se analizan los factores como: recurso humano, procedimientos, mala información, falta de capacitación.

Efectos. Se analiza la calidad del servicio: retrasos en la entrega, precios, agresiones, mala imagen.

- Toma de acciones, se eliminaran los factores causales que originaron la inconformidad y se hará lo necesario para evitar que vuelva a suceder.

La calidad total estará presente en todo, no solo en el servicio, sino en el ser excelente en todo, y la mejor prueba de ello es cuando la empresa se enfrenta a los momentos llamados “ MOMENTOS DE VERDAD” y a los que sucedan por primera vez que son los mas importantes.

Los detalles para tener en cuenta son:

- Los servicios prestados. Los cuales satisfarán oportunamente las necesidades del cliente, a un precio justo y competitivo.
- La calidad de las instalaciones. El aseo, muebles y enseres.
- La presentación del personal de recepcionistas, mensajeros.
- La limpieza y buen funcionamiento de los vehículos.
- La publicidad de la empresa.
- Atención a quejas para eliminar los errores y defectos que ocasionan insatisfacción al cliente.

3.3.6 Recursos. Se utilizarán recursos Humanos y Físicos los cuales serán necesarios para el funcionamiento de la Empresa.

3.3.6.1 Recurso Humano. Esta empresa para su normal funcionamiento requiere del siguiente recurso humano: un Gerente, dos Secretaria recepcionista, y catorce mensajeros.

3.3.6.2 Recurso Físico. Los recursos Físicos que se utilizarán para el normal funcionamiento de la Empresa se presentan en el cuadro 11.

Cuadro 11. Recursos Físicos.

CANTIDAD	DETALLE
1	Computador Pentium IV
1	Impresora C63
1	Mesa para computador en madera
2	Línea telefónica
1	Archivador de cuatro gavetas-metálico
1	Calculadora científica
1	Escritorio tipo Gerente
1	Escritorio tipo Secretaria
3	Papeleras de piso-plásticas
1	Plan corporativo de beeper-empresa
2	Sillas giratorias
1	Cartelera en madera de 60*90 cm
6	Sillas Rimax
6	Canastas plásticas
6	Forros para canastas
1	Juego de herramientas
6	Morrales tipo mensajería
1	Botiquín
1	Extintor
1	Mapa de Bucaramanga y área

3.3.6.3 Recurso de Insumos

- Talonarios de recibos, y facturas, planillas de informes individuales.
- Papelería y útiles de oficina (Papel periódico carta, papel carbón, tinta (para impresora, sellos), lapiceros, lápices).

Proveedores:

Circulo Grafico

Arte Grafico

Diseño Empresarial

Tipografía Beniz

Lalo's Sport

“ La anterior es la lista de posibles Proveedores los cuales se evaluarán según las políticas de compras exigidas por la empresa.”

Diseño recibos

LOS GALACTICOS LTDA 6802284 - 6324024			
<u>DIA</u>	<u>MES</u>	<u>AÑO</u>	<u>DOMICILIARIO</u>
RECOJE			<u>TEL.</u>
			VALOR:
ENTREGA			<u>TEL.</u>

Planilla individual

FECHA:		DOMICILIARIO:	
BASE:		CODIGO BEEPER:	
No.	DIRECCION RECOJE	DIRECCION ENTREGA	VALOR
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			
65%:	35%:	TOTAL LIQUIDACION	

3.3.6.4 Recurso logístico. Se Contara con recibos que se entregaran al cliente donde se establecerán las condiciones del requerimiento como clase de servicio, precio, fecha, direcciones, teléfonos, con los que el mensajero se guiara para realizar dicho requerimiento y lo entregara posteriormente al cliente al cumplimiento del servicio.

También se llevara el control en la planilla única individual de cada mensajero para determinar cuales fueron los servicio que realizo como prueba de algún posterior reclamo por parte del cliente, estas planillas se archivarán por un año.

La oficina contara con dos Word sender de donde podrá enviar los requerimientos a los mensajeros para realizar un servicio mas ágil; a cada mensajero se le asignara un beeper y se hará responsable por dicho equipo, el cual servirá de apoyo en la realización del proceso.

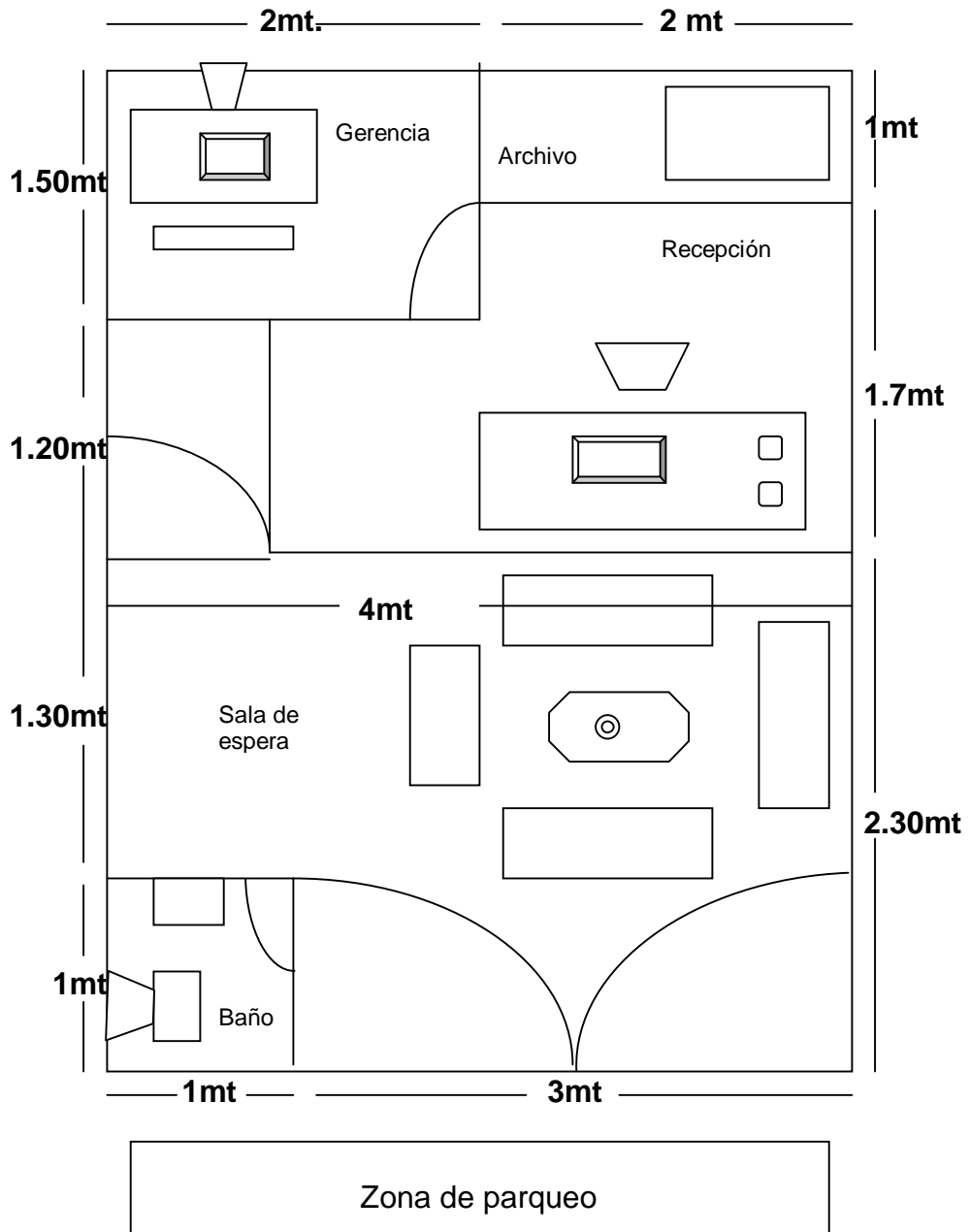
La recepcionista ingresara al sistema el nombre, dirección y numero telefónico de los clientes y de esta forma alimentará la base de datos de clientes de la empresa para cuando vuelvan a solicitar un servicio ya se encuentren los datos en el sistema y lograr que el proceso sea mas eficiente.

3.3.6.5 Distribución de planta (Oficina). Teniendo en cuenta el personal y el equipo requerido para el Proyecto, el local que tomamos como referencia es de 20 mts². mas el área de parqueo (frente del local ver figura 04)

3.3.6.6 Logística de distribución de planta. La oficina de recepción contara con un área de 3mts² para la gerencia donde se recibirán los asuntos legales y de negociación, con un área de 2mts² para el archivo donde se archivara la correspondencia, documentos importantes, las planillas diarias individuales, hojas de vida, entre otros, con un área de 5.8mts² para la recepción donde estarán ubicadas las dos líneas telefónicas y se realizara la recepción de los

requerimientos de los clientes, con 8.2mts² la sala de espera de los mensajeros , y la oficina contara con un baño de 1mts² .

Figura 04. Distribución en planta



3.4 TECNOLOGIA DEL PROYECTO

Por las características del proyecto de venta de intangibles, como lo es el servicio de domicilios y mensajería en general a las unidades residenciales de los estratos 3 en adelante de Bucaramanga y su área Metropolitana, y la entrega de resultados de los centro clínicos y laboratorios de Bucaramanga; en lo que respecta la parte de tecnología, este proyecto requiere de excelentes telecomunicaciones e informática así:

En lo referente a las telecomunicaciones, la empresa contará con dos(2) líneas telefónicas, las cuales tendrá servicio de word sender, con el objeto de prestar un mejor servicio al usuario, esta empresa contara con tecnología, con la adquisición de un plan corporativo de beeper que incluye catorce (14) beeper Motorola los cuales se les asignarán a cada uno de los mensajeros para que la empresa este en permanente comunicación con ellos, y que puedan realizar varios servicios en un solo recorrido.

En lo correspondiente a la informática la empresa adquirirá un computador Pentium IV 2800 Mhz (533), Monitor 15 PUL Samsung, Disco duro de 40 GB 7200, Memoria DDR 256 MB PC 2100 (266), Impresora C63, CD-ROMM 52 X max, Fax MODEM 56K PCI OEM, Teclado PS2 Genius Ref KB06, Software Windows XP Profesional; para el manejo de registro y control de clientes.

3.5 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

La capacidad inicial para el proyecto será del 1.8% (66.711 unidades anuales) de la demanda del mercado objetivo de servicio de domicilios y mensajería en general para las unidades residenciales de Bucaramanga y su área Metropolitana; y un 10% (104.388 unidades anuales) en la demanda del mercado objetivo de laboratorios y clínicas; aumentando año tras año la oferta en un 10%, de tal manera que al quinto año la empresa estará en capacidad de atender 97.672 servicios de domicilios y mensajería y 183.071 entregas de resultados a domicilio (ver cuadro No.06), donde llegara a cumplir con la capacidad diseñada para el proyecto.

La localización de la empresa estará dada en el sitio A cuya dirección es calle 105 No. 29-98, y el sitio B cuya dirección es Cra. 22 No. 31-06 centro como oportunidad para en un futuro abrir un nuevo punto de atención.

Los procesos estarán definidos teniendo en cuenta los servicios de domicilios y mensajería en general como el de entrega de resultados de laboratorios y clínicas.

El control de calidad se llevara acabo mediante los lineamientos de la administración de la calidad total, siendo participativa involucrando a todo el personal de la empresa, mediante la capacitación, para lograr así el desarrollo del ser humano, y poder triunfar en los momentos de verdad a que la empresa se enfrente.

Se realizara el control de residuos con la implementación de la cultura del reciclaje, siguiendo las normas y lineamientos que esta exige.

Esta empresa para su normal funcionamiento y puesta en marcha requiere del siguiente recurso humano: un Gerente, dos Secretaria recepcionista, y catorce mensajeros y un Contador publico que estará por honorarios.

Se utilizaran recibos que se entregaran al cliente donde se establecerán las condiciones del requerimiento como clase de servicio, precio, fecha, direcciones, teléfonos, se llevara el control en la planilla única individual de cada mensajero para determinar cuales fueron los servicio que realizo como prueba de algún posterior reclamo y se archivaran por un año.

La oficina contara con dos Word sender de donde podrá enviar los requerimientos a los mensajeros para realizar un servicio mas ágil; a cada mensajero se le asignara un beeper y se hará responsable por dicho equipo, el cual servirá de apoyo en la realización del proceso.

Teniendo en cuenta el personal y el equipo requerido para el Proyecto, el local que tomamos como referencia es de 20 mts². mas el área de parqueo (frente del local).

En conclusión este proyecto es viable desde el punto de vista técnico ya que se cuenta con todos los recursos tecnológicos, físicos, administrativos y humanos para su puesta en marcha.

4 . ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

4.4 FORMA DE CONSTITUCIÓN

4.5 CONSTITUCION DE LA EMPRESA

Esta empresa se denominará LOS GALÁCTICOS LTDA DOMICILIOS Y MENSAJERIA EN GENERAL, se constituirá como una sociedad de responsabilidad Limitada para lo cual se utilizará el siguiente procedimiento legal (ver anexo 07).

- Tramitar la carta de estudio de Nombre comercial, ante la Cámara de Comercio.

Ante la notaria:

- Una vez obtenida la aprobación del nombre comercial se debe elaborar la minuta, la cual se pasa a la notaria para la elaboración de la escritura pública que contiene los siguientes datos:
 - Nombre (Razón social o denominación).
 - Nombre de los socios, identificación, nacionalidad.
 - Domicilio Social, que debe ser el mismo del establecimiento de comercio.
 - Termino de duración.
 - Objeto social (descrito de manera clara y determinada).
 - Capital social (valor total, número de cuotas o acciones, valor de cada una) y distribución del mismo entre socios.
 - Indicar la forma como se pago el capital social (efectivo o especies).
 - Facultades del representante legal.
 - Nombramiento.

- Cancelación del impuesto de registro o boleta fiscal (Banco agrario o Ganadero de la alcaldía).

Matricula

Dentro del mes siguiente a la fecha de otorgamiento de la escritura pública de la constitución el representante legal, debe presentar los siguientes documentos:

- Carta de estudio de nombre comercial
- Copia notarial de Escritura Pública de Constitución
- Formularios de matrícula mercantil de la sociedad y de sus establecimientos de comercio, debidamente diligenciados.
- Carta de aceptación de los representantes Legales, Miembros de la junta Directiva, indicando documento de identidad.
- Carta de apertura de establecimiento de comercio firmada por el Representante Legal.

Una vez haya obtenido su inscripción, se solicita:

- Certificado de existencia y representación legal
- Registro de libros mercantiles (Actas, Registro socios, Caja diario, Mayor y Balance e inventarios).
- Nit Cámara de comercio

Diligencia ante la Notaria

- Presentar Minuta de la constitución de la sociedad
- Fotocopias de las cédulas de cada uno de los socios
- Carta de aprobación de la sociedad expedida por la Cámara de Comercio.

Diligencia ante la Alcaldía

- Presentar el certificado de la Cámara de Comercio y su respectivo Nit.
- Estampillas de previsión social Municipal

- Formulario de registro para iniciación de actividades donde va (licencia de funcionamiento, concepto de bomberos y salud y medio ambiente), el cual tiene una duración de 2 años y se deberá renovar.
- Luego viene las afiliaciones de la empresa a las diferentes entidades como lo son las: Cajas de Compensación Familiar, EPS, Riesgos Profesionales, pensiones y cesantías, para luego proceder a la respectiva afiliación de los empleados.

4.2.1 Visión. La empresa LOS GALÁCTICOS LTDA DOMICILIOS Y MENSAJERIA, hacia el año 2010 será modelo en esta modalidad entre las empresas que prestan este servicio en Bucaramanga y su área metropolitana, al prestar servicios de domicilios y mensajería en general, siendo líderes en: organización, servicios, recurso humano con capacidad de respuesta hacia los cambios y la innovación, para ofrecer a nuestros clientes agilidad confianza y seguridad.

4.2.2 Misión. Prestar servicios de Mensajería y domicilios en general en Bucaramanga y su área metropolitana, con personal competitivo, persistente e innovador, disponibles al cambio, hacia el mejoramiento continuo garantizando a nuestros clientes el cumplimiento con rapidez y seguridad de sus necesidades en búsqueda de mejorar y contribuir por la satisfacción de sus necesidades y mejoramiento del ambiente laboral.

4.2.3 Objetivos. La empresa LOS GALÁCTICOS LTDA DOMICILIOS Y MENSAJERIA tiene como objetivos:

- Crear una fuente de generación de empleo en Bucaramanga y su área metropolitana.

- Ofrecer a la población de los estratos tres (3) en adelante de Bucaramanga y su área metropolitana los servicios de una empresa de mensajería y domicilios en general.
- Propender por el beneficio socio económico de sus inversionistas y personal que labore en esta empresa.
- Capacitar e incentivar al personal.
- Brindar satisfacción en los servicios prestados.
- Ser competitivos en precios y servicios.
- Realizar seguimientos a la prestación del servicio.
- Dar cumplimiento con las políticas de la empresa.
- Cultivar el sentido de pertenencia hacia la empresa.

4.2.4 Políticas. La empresa LOS GALACTICOS LTDA domicilios y mensajería, tiene como políticas las siguientes de acuerdo a cada una de sus áreas:

4.2.4.1 Personal

- Se contratara personal según el cargo a desempeñar dentro de la empresa con algún grado de instrucción, experiencia laboral, relacionada con la función a desempeñar.
- Los mensajeros deben poseer motocicleta con todos sus papeles en regla (tarjeta de propiedad, seguro vigente (SOAT), pase)
- Todos los empleados deben firmar un pagare en blanco.
- Deben estar afiliados a una E.P.S
- El personal debe cumplir estrictamente con los horarios establecidos.
- Deberán cumplir cabalmente el reglamento interno de trabajo establecido por la empresa.

4.2.4.4 Compras

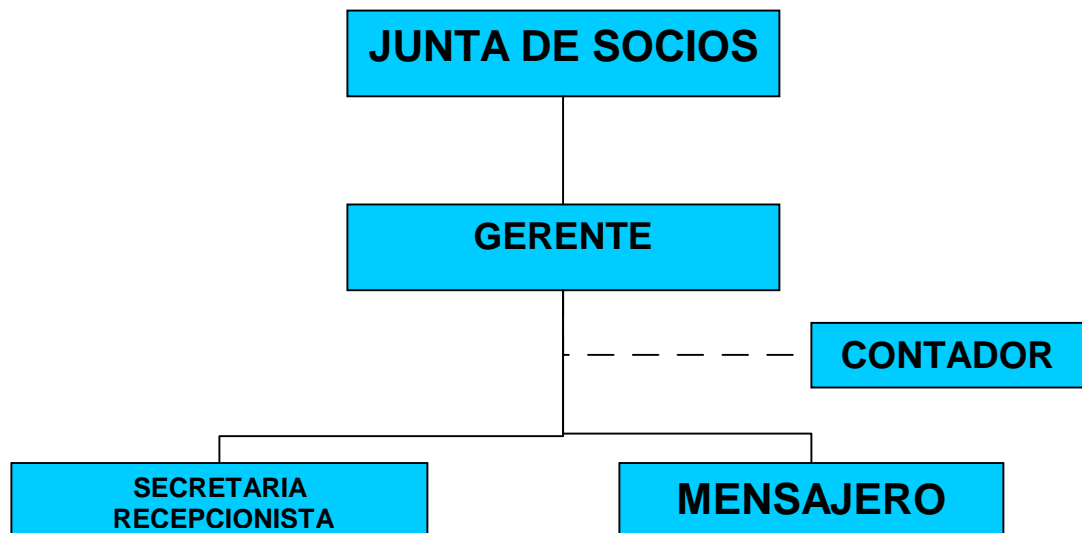
- Se comprara estrictamente lo necesario en todos los casos, para lo cual se diseñara un plan de compras mensual.
- Antes de efectuar cualquier compra se requerirán por lo menos tres cotizaciones.

4.2.4.5 Ventas

- Los servicios de mensajería y domicilios en general se cobraran inmediatamente se realice el servicio.
- Todos los servicios estarán debidamente relacionado en la planilla individual de cada mensajero con: hora, direcciones, teléfonos, precio.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Figura 05. Organigrama



4.3.1 Descripción de cargos

4.3.1.1 Gerente

LOS GALÁCTICOS LTDA DOMICILIOS Y MENSAJERIA				
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES				
NOMBRE DEL CARGO: GERENTE	C.C. No.	FECHA		
		DIA	MES	AÑO
AREA: ADMINISTRATIVA				
SUPERVISA A : Secretaria y Mensajeros		No CARGOS IGUALES: 01		
FUNCION PRINCIPAL: Persona encarga de administrar, representar, planificar y organizar correctamente la empresa, hacer cumplir el objeto de la empresa y las funciones del personal al servicio de esta. Elaborar el manual, y control de calidad.				
DETALLE DE FUNCIONES: Relaciones Publicas: Establecer contactos comerciales con diferentes personas y entidades con el objeto de promover la prestación de los servicios de la empresa. Representación: Representar a la empresa ante las autoridades civiles, Eclesiásticas, militares, gremios y asociaciones en concordancia con las delegaciones y atribuciones, en procura de reforzar las funciones, responsabilidad y brindar los mejores resultados en el desempeño de su cargo. Actitud de servicio: Estar permanentemente comprometido con una actitud positiva de servicio hacia los clientes internos y externos de la empresa, así como presto a identificar y satisfacer las necesidades de los clientes a través de una excelente atención. Función administrativa: Semestralmente presentar los estados financieros junto con informe a la junta directiva de socios.				
Vo Bo Empleado	Vo Bo Jefe Inmediato	Análisis		

4.3.1.2 Secretaria recepcionista

LOS GALÁCTICOS LTDA DOMICILIOS Y MENSAJERIA				
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES				
NOMBRE DEL CARGO:	C.C. No.		FECHA	
SECRETARIA RECEPCIONISTA			DIA	MES AÑO
AREA: ADMINISTRATIVA		CARGO JEFE INMEDIATO: Gerente		
SUPERVISA A : Ninguno		No CARGOS IGUALES: 02		
<p>FUNCION PRINCIPAL:</p> <p>Ejercer funciones de secretaria en las necesidades internas de la empresa y de recepcionista atender la solicitud de venta de servicios por parte de los clientes.</p>				
<p>DETALLE DE FUNCIONES:</p> <p>Recibir y despachar la correspondencia interna, mantener ordenado el archivo de la empresa, actualizar permanentemente la base de datos, llevar los libros de contables, atender las solicitudes telefónicas o personales de venta de servicios, asignar a los mensajeros el requerimiento o la atención de servicio de domicilio. Las demás funciones que le sean asignadas.</p> <p>Relaciones Publicas:</p> <p>Establecer contactos comerciales con diferentes personas y entidades con el objeto de promover los servicios de la empresa cuando le sea encomendada esta misión.</p> <p>Actitud de servicio:</p> <p>Estar permanentemente comprometido con una actitud positiva de servicio hacia los clientes internos y externos de la empresa, así como presto a identificar y satisfacer las necesidades de los clientes a través de una excelente atención.</p>				
Vo Bo Empleado	Vo Bo Jefe Inmediato	Análisis		

4.3.1.3 Mensajeros

LOS GALÁCTICOS LTDA DOMICILIOS Y MENSAJERIA				
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES				
NOMBRE DEL CARGO: MENSAJERO	C.C. No.	FECHA		
		DIA	MES	AÑO
AREA: Servicios		CARGO JEFE INMEDIATO: Gerente		
SUPERVISA A : Ninguno		No CARGOS IGUALES: 14		
<p>FUNCION PRINCIPAL:</p> <p>Atender las ordenes y requerimientos de servicios de domicilios y mensajería como también el reparto de resultados de las clínicas y laboratorios.</p>				
<p>DETALLE DE FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dar cumplimiento del servicio recoger, cobrar y verifica dirección de entrega. • Hacer entrega del domicilio. • Ubicarse en el laboratorio en los horarios de tomas de muestras y ofrecer los servicios a los pacientes que se están practicando pruebas, toma de los datos correspondientes , (Nombre, Dirección, Teléfono). • Suministrar el requerimiento de servicios a la secretaria • Clasifica por direcciones y hacer ruta • Recoger los resultados en el laboratorio en los horarios estipulados 				
Vo Bo Empleado	Vo Bo Jefe Inmediato	Análisis		

4.3.2 Perfil del cargo

4.3.2.1 Gerente

LOS GALÁCTICOS LTDA DOMICILIOS Y MENSAJERIA				
PERFIL DEL CARGO				
NOMBRE DEL CARGO: GERENTE	C.C. No.	FECHA		
		DIA	MES	AÑO
AREA : ADMINISTRATIVA				
SUPERVISA A: Secretaria y Mensajeros		No de cargos iguales : 01		
PERFIL	<p>Grado de instrucción: haber terminado estudios universitarios en Gestión Empresarial, Administración de Empresas o Economía.</p> <p>Experiencia Laboral: tener como mínimo un año de experiencia en labor administrativa.</p>			
RESPONSABILIDAD	Representar dignamente a la empresa, proteger los bienes muebles e inmuebles, cumplir y hacer cumplir las funciones de acuerdo al manual interno y las demás que sean asignadas por la junta directiva de socios.			
CONDICIONES DE TRABAJO	Sus funciones serán ejercidas en un ambiente que no ofrecen ningún riesgo para el trabajador.			
OBSERVACIONES				
APROBO	APROBO	APROBO	APROBO	APROBO

4.3.2.2 Secretaria recepcionista

LOS GALÁCTICOS LTDA DOMICILIOS Y MENSAJERIA				
PERFIL DEL CARGO				
NONBRE DEL CARGO:		C.C. No.		FECHA
SECRETARIA RECEPCIONISTA				DIA
				MES
				AÑO
AREA : ADMINISTRATIVA				
SUPERVISA A: Ninguno			No de cargos iguales : 02	
PERFIL	<p>Grado de instrucción: haber terminado estudios de bachillerato comercial.</p> <p>Experiencia Laboral: tener como mínimo dos años de experiencia.</p>			
RESPONSABILIDAD	<p>Verificar que la prestación de los servicios se cumpla adecuadamente.</p> <p>Manejar adecuadamente los elementos, materiales, muebles enseres y equipos asignados para el cumplimiento de sus funciones.</p> <p>Manejar en forma responsable, los dineros que se recauden por concepto de la prestación de los servicios diariamente.</p> <p>Guarda absoluta reserva de la información que se genere en la empresa producto de su actividad.</p>			
CONDICIONES DE TRABAJO	<p>Sus funciones serán ejercidas en un ambiente que no ofrecen ningún riesgo para el trabajador.</p>			
OBSERVACIONES				
APROBO		APROBO		APROBO

4.3.2.3 Mensajero

LOS GALÁCTICOS LTDA DOMICILIOS Y MENSAJERIA				
PERFIL DEL CARGO				
NONBRE DEL CARGO:		C.C. No.		FECHA
MENSAJERO				DIA MES AÑO
AREA : SERVICIOS				
SUPERVISA A: Ninguno			No de cargos iguales : 14	
PERFIL	<p>Grado de instrucción: haber terminado estudios de bachillerato.</p> <p>Experiencia Laboral: tener como mínimo seis meses de experiencia.</p>			
RESPONSABILIDAD	<p>Reflejar la buena imagen de la empresa, a través de los servicios prestados. Inviolabilidad a la correspondencia.</p> <p>Reserva absoluta de la información que se genere en la prestación los servicios.</p> <p>Cuidado en la manipulación de los elementos transportados.</p> <p>Diligenciamiento adecuado de recibos y planillas.</p> <p>Responsabilidad en la manipulación de los dineros recaudados.</p> <p>Cuidado con los implementos de dotación.</p>			
CONDICIONES DE TRABAJO	<p>Medio ambiente: exposición a factores climáticos.</p> <p>Riesgos: accidentes de transito.</p>			
OBSERVACIONES				
APROBO		APROBO		APROBO

4.3.3 Estructura Salarial

Cuadro 12. Estructura salarial

CARGO	SALARIO MENSUAL	APORTES EPS 18.875%	APORTES PARAFISCAL 9%	PROVISION PRESTACIONES SOCIALES 21.83%	SALARIO MENSUAL	APORTES MENSUALES	SALARIO ANUAL Y COMISIONES	APORTES ANUALES
GERENTE	\$1,500,000	\$283,125	\$135,000	\$327,450	\$1,827,450	\$418,125	\$21,929,400	\$5,017,500
SECRETARIA RECEPTIONISTA (2)	\$716,000	\$135,144	\$64,440	\$156,302	\$872,302	\$199,584	\$10,467,632	\$2,395,020
COMISIONES MENSAJEROS	\$0	\$0	\$0	\$19,637,785	\$0	\$235,653,423	\$0	\$0
TOTAL	\$418,269	\$199,440	\$483,752	\$22,337,537	\$617,709	\$268,050,455	\$7,412,520	\$418,269

FUENTE: Socios, Ley 27/74, Ley 7/79, ley 21/82, ley 21/82, ley 89/88, ley 100/93

Nota: la comisión de los mensajeros esta determinada así: * el 65% por cada servicio realizado.

5. ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL

5.1 ESTUDIO LEGAL

5.1.1 Análisis de la legislación vigente

Constitución Nacional. Nuestra carta magna en su artículo 333, garantiza el fortalecimiento del desarrollo empresarial, “la empresa como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones El estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulara el desarrollo empresarial” Artículos 25 y 26 que consagran el derecho al trabajo.

Ley MIPYME, 590 DE 2000 (julio 10). por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro pequeñas y medianas empresa. (ver anexo 08).

Decreto 229 de febrero 1 de 1995. Quienes deben “ tramitar licencia ante el Ministerio de Comunicaciones. (ver anexo 09)

Plan de Desarrollo Económico y Microempresarial del Municipio de Bucaramanga. por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa y financiación empresarial.

5.2 ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

El Estudio de Impacto Ambiental contendrá información sobre la localización del proyecto, y los elementos abióticos, bióticos y socioeconómicos del medio que puedan sufrir deterioro por la respectiva obra o actividad, para cuya ejecución se pide la licencia, y la evaluación de los impactos que puedan producirse. Además, incluirá el diseño de los planes de prevención, mitigación, corrección y compensación de impactos y el plan de manejo ambiental de la obra o actividad.

5.2.1 Disposiciones legales. Dentro de los derechos consagrados en la constitución política de Colombia se encuentra el derecho a un medio ambiente sano (art. 79). Este ha tenido un amplio desarrollo jurisprudencial por parte de la corte constitucional, que lo ha declarado como “UN CONJUNTO DE CONDICIONES BASICAS QUE RODEAN A LA PERSONA Y LE PERMITEN SU SUPERVIVENCIA BIOLÓGICA E INDIVIDUAL, LO CUAL GARANTIZA A SU VEZ SU DESEÑO NORMAL Y SU DESARROLLO INTEGRAL EN EL MEDIO SOCIAL”.(Sentencia SU-442 de 1997)

LEY 99 DE 1993 (diciembre 22) por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones.(Ver anexo 10)

Corporación Autónoma Regional de Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB): tendrá su sede en la ciudad de Bucaramanga y además de su actual jurisdicción la tendrá sobre el Municipio de El Playón.

En Bucaramanga, rige el acuerdo No. 041 del 20 de septiembre de 1999 que reglamenta los aspectos relacionados con la contaminación por ruido. (Ver cuadros 13, 14 figura 6) y (anexo 11 sanciones para vehículos automotores).

Cuadro 13. Niveles de ruido de diferentes fuentes y sus efectos en la salud humana

DECIBEL	ORIGEN DEL RUIDO	DANOS QUE CAUSA
110	Sierra neumática-MOTO-jet a 70m	Perjudicial, irritabilidad
100	Orquesta- pito auto-MOTO a 8m	Perjudicial

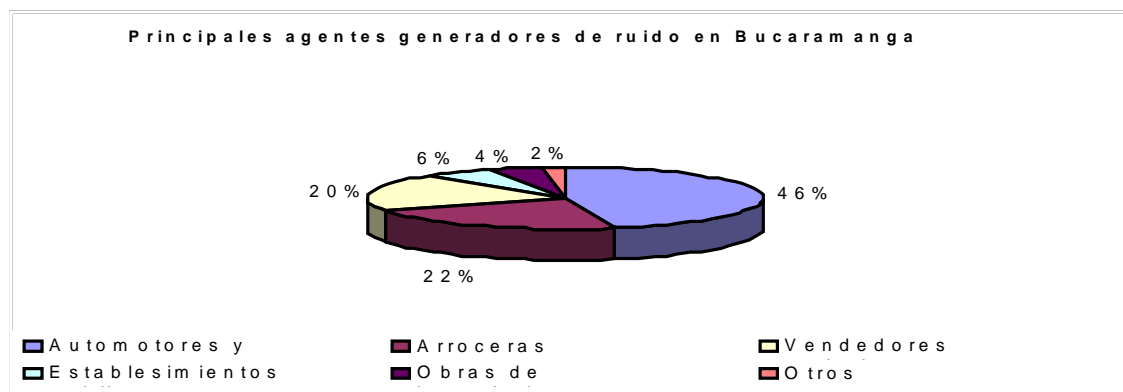
Fuente: Cartilla Bucaramanga una metrópoli en silencio

Cuadro 14. Clasificación de sectores según resolución 08321/83 ministerio de salud

ZONA RECEPTORA	NIVEL MÁXIMO PERMISIBLE dB(A)	
	PERIODO DIURNO	PERIODO NOCTURNO
	7AM a 9PM	9PM a 7AM
Zona 1 Residencial	65	45
Zona 2 Comercial	70	60
Zona 3 Industrial	75	75
Zona 4 Tranquilidad	45	45

Fuente: Cartilla Bucaramanga una metrópoli en silencio

Figura 06.



Nuestra actividad, incluso la más normal y cotidiana, origina contaminación. Cuando usamos electricidad, medios de transporte, se producen, directa o indirectamente, sustancias contaminantes.

El ingreso al mercado de LOS GALÁCTICOS LTDA DOMICILIOS Y MENSAJERIA no generara consecuencias concretas de contaminación ambiental, ni causaran problemas a las personas que laboren allí.

De acuerdo a la producción de ruidos se tomaran medidas, las cuales son realizadas por técnicos profesionales; en cuanto a la cantidad de decibeles en ruido producido por las motos, se tomara un control especial para que no pasen el nivel establecido.

En cuanto a la emisión de gases se establecerá un control del CO2 por medio de la sincronización periódica de las motos.

6 ESTUDIO FINANCIERO

En este estudio se determinaran los elementos financieros del proyecto como, la inversión fija diferida, el capital de trabajo, los costos de operación, el precio de venta del servicio, el punto de equilibrio , la proyección de los ingresos y egresos; se establecen los índices financieros y la evaluación financiera del estudio que prueban la rentabilidad del proyecto.

6.1 INVERSIONES

Los costos de inversión hace referencia a los recursos necesarios para el montaje de la empresa “ LOS GALÁCTICOS LTDA domicilios y mensajería.” En Bucaramanga y su área metropolitana. A continuación se realizara una clasificación de estas inversiones.

6.1.1 Inversión en activos fijos. La inversión en activos fijos son todas aquellas que se utilizan para garantizarla operación de la empresa en la prestación de los servicios.

6.1.1.1 Muebles y enseres. Con base en las cotizaciones adquiridas el costo de la inversión es de \$2,383,000, cuadro 15 (ver anexos 06, 12, 13, 14,).

6.1.1.2 Equipo de oficina. La inversión asumida cubre la compra e instalación de los equipos de computo y comunicación necesarios para el funcionamiento de la empresa, el cual asciende a \$4,234,160 (ver cuadro 16.), (ver anexos 15,16, 17, 18)

Cuadro 15. Muebles y enseres

CANTIDAD	DETALLE	VALOR/ UNITARIO(\$)	VALOR TOTAL(\$)
1	Mesa para computador en madera	\$180,000	\$180,000
1	Archivador de cuatro gavetas-metálico	\$200,000	\$200,000
1	Escritorio tipo Gerente	\$250,000	\$250,000
1	Escritorio tipo Secretaria	\$100,000	\$100,000
3	Papeleras de piso-plásticas	\$22,000	\$66,000
2	Sillas giratorias	\$80,000	\$160,000
1	Cartelera en madera de 60*90 cm	\$150,000	\$150,000
6	Sillas Rimax	\$17,000	\$102,000
1	Juego de herramientas	\$60,000	\$60,000
1	Extintor	\$30,000	\$30,000
1	Botiquín	\$25,000	\$25,000
1	Mapa de Bucaramanga y área Metropolitana.	\$10,000	\$10,000
14	Canastas plásticas	\$15,000	\$210,000
14	Forros para canasta	\$30,000	\$420,000
14	Morrales	\$30,000	\$420,000
	TOTAL	\$1,199,000	\$2,383,000

Cuadro 16. Equipo de oficina

CANTIDAD	DETALLE	VALOR/ UNITARIO (\$)	VALOR TOTAL (\$)
1	Computador Pentium IV	\$2,814,160	\$2,814,160
1	Impresora C63	\$270,000	\$270,000
2	Línea telefónica	\$120,000	\$240,000
1	Plan corporativo de beeper-empresa (14 beeper)	\$40,000	\$560,000
1	Calculadora científica	\$50,000	\$50,000
2	identificador de llamadas	\$100,000	\$200,000
2	Word center	\$50,000	\$100,000
	TOTAL		\$4,234,160

6.1.1.3 Total inversión fija. Véase cuadro consolidado de inversión en activos fijos. (Cuadro 17).

Cuadro 17. Total inversión fija

ITEM	DETALLE	VALOR
1	Muebles y enseres	\$2,383,000
2	Equipos de oficina	\$4,234,160
TOTAL INVERSIÓN FIJA		\$6,617,160

6.1.2 Inversión diferida. La inversión de estos activos proviene de los gastos que se deben efectuar durante la etapa preoperativa, organización y puesta en marcha del proyecto en razón de que son costos que se cancelan inicialmente y se realizan en cada periodo contable. (Ver cuadro 18).

Cuadro 18. Inversión diferida

CONCEPTO	VALOR
Estudio de factibilidad	\$1,340,000
Registro mercantil	\$353,000
Promoción y publicidad de lanzamiento	\$180,000
Licencia de funcionamiento	\$180,000
Gastos de constitución	\$184,000
TOTAL	\$2,237,000

6.1.3 Inversión de capital de trabajo. Además de la inversión fija, la empresa requiere disponer de algunos recursos monetarios destinados al funcionamiento, Es decir el capital de trabajo. (Ver cuadro 19 primer mes). En los cuadros 23 y 24 se encuentran el detalle del cuadro 19, dado que se desarrollan las nominas y el cuadro de costos indirectos.

Cuadro 19. Inversión de capital de trabajo

INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO	VALOR
Mano de obra directa	\$19,199,074
Costos fijos	\$1,424,294
Mano de obra indirecta	\$2,245,575
TOTAL	\$22,868,943

Fuente: Los Autores

6.1.3.1 Costos de prestación de servicios. Son aquellos que se realizan durante el periodo de operación del presente proyecto. Se identifican tres clases: insumos, mano de obra directa e indirecta, Costos indirectos del servicios. (Ver cuadros 20, 21 y 22)

6.1.3.1.1 Insumos

Cuadro 20. Insumos

CANTIDAD (unidades)	DETALLE	VALOR MES (\$)	VALOR ANUAL (\$)
3000	Planillas	\$2,500	\$30,000
70.000	Talonarios (Recibos)	\$25,000	\$300,000
TOTAL		\$27,500	\$330,000

Fuente: Los Autores

6.1.3.1.2 Mano de obra directa y Mano de obra indirecta

Cuadro 21. Mano de obra directa

DETALLE	VALOR MENSUAL(\$)	VALOR ANUAL (\$)
Nomina Secretaria	\$872,303	\$10,467,632
Aportes parafiscales	\$199,585	\$2,395,020
Comisión domicilios	\$18,127,186	\$217,526,237
TOTAL	\$19,199,074	\$230,388,889

Fuente: Los Autores

Cuadro 22. Mano de obra indirecta

DETALLE	VALOR MENSUAL(\$)	VALOR ANUAL (\$)
Nomina Gerente	\$1,827,450	\$21,929,400
Aportes parafiscales	\$418,125	\$5,017,500
TOTAL	\$2,245,575	\$26,946,900

Fuente: Los Autores

6.1.3.1.3 Consolidado mano de obra

Cuadro 23. Consolidado mano de obra

DETALLE	VALOR MENSUAL(\$)	VALOR ANUAL (\$)
Mano de obra directa	\$19,199,074	\$230,388,889
Mano de obra indirecta	\$2,245,575	\$26,946,900
TOTAL	\$21,444,649	\$257,335,789

Fuente: Los Autores

6.1.3.1.4 Costos indirectos del servicio

Cuadro 24. Costos indirectos

CONCEPTO	VALOR MENSUAL (\$)	VALOR ANUAL (\$)
Arriendo	\$250,000	\$3,000,000
Energía	\$35,000	\$420,000
Acueducto, Alcantarillado, Aseo	\$20,000	\$240,000
Teléfono (2 líneas)	\$155,000	\$1,860,000
Suscripción directorio telefónico	\$112,500	\$1,350,000
Honorarios Contador	\$200,000	\$2,400,000
Depreciaciones(cuadro 23)	\$80,844	\$970,132
Amortización de diferidos	\$37,283	\$447,400
Insumos	\$27,500	\$330,000
Gastos administrativos	\$226,167	\$2,714,000
Mensualidad Beeper	\$280,000	\$3,360,000
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	\$1,424,294	\$17,091,532

Fuente: Los Autores

6.1.3.2 Gastos de administración y ventas. En los gastos de administración y ventas se tendrá en cuenta la publicidad que se utilizará (tarjeta, volante, Adhesivos), la papelería que se utilizará (resmas de papel), igualmente tendremos en cuenta los útiles de aseo. Ver cuadro 25

Cuadro 25. Gastos administrativos

CONCEPTO	VALOR MENSUAL (\$)	VALOR ANUAL (\$)
Publicidad	\$201,167	\$2,414,000
Papelería	\$15,000	\$180,000
Aseo	\$10,000	\$120,000
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$226,167	\$2,714,000

Fuente: Los Autores

6.1.3.2.1 Depreciaciones. Se trata de incorporar el valor anual de la depreciación de los muebles y enseres, y equipos de computación. Las normas tributarias determinan los siguientes parámetros para la depreciación de activos fijos:

Muebles y enseres se deprecian a 10 años.

Equipo de computo a 5 años

Equipo de oficina a 10 años.

Para efectuar lo anterior, se efectuó por el método de línea recta, el cuál supone la depreciación constante a través de la vida útil del activo. (ver cuadro 26)

Cuadro 26. Depreciaciones

DESCRIPCION	VIDA UTIL	COSTO (\$)	DEPRECIACIÓN ANUAL (\$)	DEPRECIACIÓN MENSUAL (\$)
Muebles y enseres	10 años	\$2,383,000	\$238,300	\$19,858
Equipo de computo	5 años	\$3,084,160	\$616,832	\$51,403
Equipo de oficina	10 años	\$1,150,000	\$115,000	\$9,583
TOTAL		\$6,617,160	\$970,132	\$80,844

Fuente : Los Autores

6.1.3.3 Total inversión de capital. En el cuadro 29, se resumen las inversiones requeridas para el presente proyecto en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

Cuadro 27. Capital de inversión año 2004

CAPITAL DE INVERSIÓN	
DETALLE	PRIMER MES
Inversión fija	\$6,617,160
Capital de trabajo (1 mes)	\$22,868,943
Capital de inversión diferida	\$2,237,000
SUBTOTAL	\$31,723,103
Más imprevistos 10%	\$3,172,310
Inversión total	\$34,895,414

Fuente : Los Autores

6.1.4 Balance inicial (Momento cero). El balance inicial o el denominado también balance de situación es que se realiza antes de arrancar la empresa con sus actividades normales, para lo cual se presenta el cuadro 28 donde se desglosa cómo está conformado el activo, el pasivo y el patrimonio en el periodo cero.

Cuadro 28. Balance General Al inicio del proyecto (Año cero), año 2004

Balance General			
Al inicio de ejecución del proyecto			
ACTIVOS	\$26,041,254	PASIVO	
EFFECTIVO	\$26,041,254	PASIVO CORRIENTE	
Bancos	\$22,868,943	OBLIGACIONES FINANCIERAS	
Caja	\$3,172,310		
ACTIVO NO CORRIENTE	\$6,617,160	PASIVOS NO CORRIENTES	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$6,617,160	OBLIGACIONES FINANCIERAS	
Equipo de oficina	\$1,150,000	TOTAL PASIVO	
muebles y enseres	\$2,383,000		
Equipo de computo	\$3,084,160		
		PATRIMONIO	
OTROS ACTIVOS	\$2,237,000	CAPITAL SOCIAL	\$34,895,414
ACTIVOS DIFERIDOS	\$2,237,000	Aportes sociales	\$34,895,414
		TOTAL PATRIMONIO	\$34,895,414
TOTAL ACTIVOS	\$34,895,414	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$34,895,414

Fuente: Los Autores.

6.1.5 Fuente de financiación. Los recursos para la puesta en marcha del proyecto se conseguirán con recursos propios de los inversionistas dado que el monto de inversión no es muy alto. Estos recursos propios son los aportados directamente por los inversionistas, es decir, es el capital que pone en riesgo los accionistas de la empresa, ver cuadro 29.

Cuadro 29. Plan de financiación, año 2004

DETALLE	Crédito	Recursos propios (aportes socios)	Total (\$)
INVERSIONES FIJAS			
Equipos de oficina			
1 Computador Pentium IV		\$2,814,160	\$2,814,160
Impresora C63		\$270,000	\$270,000
2 Línea telefónica		\$240,000	\$240,000
1 Plan corporativo de beeper-empresa (14)		\$560,000	\$560,000
1 Calculadora científica		\$50,000	\$50,000
2 identificador de llamadas		\$200,000	\$200,000
2 Word center		\$100,000	\$100,000
Total Equipos de oficina		\$4,234,160	\$4,234,160
MUEBLES Y ENSERES			
1 Mesa para computador en madera		\$180,000	\$180,000
1 Archivador de cuatro gavetas-metálico		\$200,000	\$200,000
1 Escritorio tipo Gerente		\$250,000	\$250,000
1 Escritorio tipo Secretaria		\$100,000	\$100,000
3 Papeleras de piso-plásticas		\$66,000	\$66,000
2 Sillas giratorias		\$160,000	\$160,000
1 Cartelera en madera de 60*90 cm		\$150,000	\$150,000
6 Sillas Rimax		\$102,000	\$102,000
1 Juego de herramientas		\$60,000	\$60,000
1 Extintor		\$30,000	\$30,000
1 Botiquin		\$25,000	\$25,000
1 Mapa de Bucaramanga y área Metropolitana		\$10,000	\$10,000
14 canastas plásticas		\$210,000	\$210,000
14 forros para canastas		\$420,000	\$420,000
14 morrales		\$420,000	\$420,000
Total Muebles y enseres		\$2,383,000	\$2,383,000
TOTAL INVERSIONES FIJAS		\$6,617,160	\$6,617,160
INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO (1 MES)			
Mano de obra directa		\$19,199,074	\$19,199,074
Costos indirectos del servicio		\$1,424,294	\$1,424,294
Mano de obra indirecta		\$2,245,575	\$2,245,575
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO (1 MES)		\$22,868,943	\$22,868,943
INVERSIÓN DIFERIDA			
Estudio de factibilidad		\$1,340,000	\$1,340,000
Registro mercantil		\$353,000	\$353,000
Promoción y publicidad de lanzamiento		\$180,000	\$180,000
Licencia de funcionamiento		\$180,000	\$180,000
Gastos de constitución		\$184,000	\$184,000
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA		\$2,237,000	\$2,237,000
IMPREVISTOS (10%)		\$3,172,310	\$3,172,310
Financiación Total		\$34,895,414	\$34,895,414
Porcentaje de participación		100%	100%

6.2.3.1 Recursos propios

Cuadro 30. Recursos

SOCIO	APORTE	PARTICIPACIÓN
ANGELICA MARIA SERRANO	17,447,707	50%
NELSON DIAZ MALDONADO	17,447,707	50%
TOTAL APORTES	34,895,414	100%

Fuente : Los Autores

6.2 COSTOS

Se han clasificado los costos fijos y los costos variables a efectos de tener un punto de partida para hallar posteriormente el punto de equilibrio.

6.2.1 Costos Fijos. Son denominados aquellos que no varían así el volumen de unidades de servicio prestada cambie. Ejemplo: Mano de obra indirecta, costo indirectos del servicio. (Ver cuadro 31)

CUADRO 31. Costos fijos, año 2004

Concepto	Mes	Año Base	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
Costos fijos							
Costos Indirectos	\$1,424,294	\$17,091,532	\$18,429,799	\$19,872,852	\$21,428,897	\$23,106,779	\$24,916,040
Nomina de administración	\$2,543,450	\$30,521,400	\$32,911,226	\$35,488,175	\$38,266,899	\$41,263,197	\$44,494,105
Total costos fijos	\$3,967,744	\$47,612,932	\$51,341,025	\$55,361,027	\$59,695,795	\$64,369,976	\$69,410,145

Fuente : Los Autores

6.2.2 Costos Variables. Son denominados aquellos que cambian al experimentar cambios en el volumen del servicio. Ejemplo: Mano de obra directa. (Ver cuadro 32)

CUADRO 32. Costos variables, año 2004

CONCEPTO	Mes	Año Base	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
Costos variables							
Costos MOD (comisiones)	\$19,637,785	\$235,653,423	\$279,515,378	\$331,541,108	\$393,250,854	\$466,448,809	\$553,268,340
Total costos variables	\$19,637,785	235,653,423	\$279,515,378	\$331,541,108	\$393,250,854	\$466,448,809	\$553,268,340

Fuente : Los Autores

6.2.3 Costos totales

Cuadro 33. Consolidado costos fijos y variables

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	1 AÑO	2 AÑO	3AÑO	4AÑO	5AÑO
COSTOS FIJOS	\$3,967,744	\$47,612,932	\$51,341,025	\$55,361,027	\$59,695,795	\$64,369,976	\$69,410,145
COSTOS VARIABLES	\$19,637,785	\$235,653,423	\$279,515,378	\$331,541,108	\$393,250,854	\$466,448,809	\$553,268,340
TOTAL COSTOS	\$23,605,530	\$283,266,355	\$330,856,402	\$386,902,135	\$452,946,649	\$530,818,785	\$622,678,485

Fuente : Los Autores

6.2.4 Costos totales unitarios. Los costos totales unitarios por servicio y precio de venta promedio se encuentran en los cuadros 38 y 39.

6.3. PRESUPUESTO DE EGRESOS E INGRESOS

6.3.1 Egresos. Los egresos del presente proyecto, están conformados por equipo de oficina, muebles y enseres, inversiones diferidas, capital de trabajo, imprevistos.

6.3.1.1 Proyección de egresos. Para la proyección anual se incrementa el 7.83% basado en el I.P.C. (ver cuadro 34 proyección de egresos).

Cuadro 34. Proyección de egresos, año 2004

EGRESO	AÑO BASE	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
equipo de oficina	\$4,234,160					
muebles y enseres	\$2,383,000					
inversión diferida	\$2,237,000					
CAPITAL DE TRABAJO	\$22,868,943					
IMPREVISTOS	\$3,172,310					
mano de obra directa		\$279,515,378	\$331,541,108	\$393,250,854	\$466,448,809	\$553,268,340
costos indirectos		\$17,947,368	\$19,352,646	\$20,867,959	\$22,501,920	\$24,263,820
nomina administración		\$32,911,226	\$35,488,175	\$38,266,899	\$41,263,197	\$44,494,105
amortización diferidos		\$447,400	\$447,400	\$447,400	\$447,400	\$447,400
TOTAL EGRESOS	\$34,895,414	\$330,821,371	\$386,829,329	\$452,833,112	\$530,661,326	\$622,473,665

Fuente: Los Autores

6.3.2 Ingresos. Corresponde al valor recaudado por la venta de los servicios de domicilios y mensajería en general prestado a las unidades residenciales de los estratos 3 en adelante de Bucaramanga y su área Metropolitana, y los servicios de entrega de resultados de laboratorio a domicilio.

6.3.2.1 Ingresos anuales.

Cuadro 35. Ingresos año 2004

DETALLE					AÑO BASE
DOMICILIOS Y MENSAJERIA	\$	PARTICIPACION			
		%	UNIDADES	INGRESO POR SERVICIO	
Envíos corresp.	\$900	1.4%	934	\$840,559	\$206,243,728
Consignaciones	\$3,650	16.0%	10674	\$38,959,224	
Envíos paquetes	\$2,400	36.0%	24016	\$57,638,304	
Compras	\$3,500	26.6%	17745	\$62,107,941	
Pago servicios	\$3,500	20.0%	13342	\$46,697,700	
TOTAL		100.0%	66711	\$206,243,728	
UNIDADES ENTREGA DE RESULTADOS		PRECIO	UNIDADES	INGRESO	\$156,300,000
		\$1,250	125040	\$156,300,000	
TOTAL VENTA DE UNIDADES DEL SERVICIO					\$362,543,728

Fuente: Los Autores

6.3.2.2 Proyección de ingresos. Para la proyección anual se incrementa el precio en 7.83% basado en el I.P.C. (ver cuadro 36 proyección de ingresos)

Cuadro 36. Proyección de ingresos, año 2004

DETALLE	AÑO BASE	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
VALOR ANUAL DOMICILIOS Y MENSAJERIA	\$206,243,728	\$244,631,539	\$290,164,089	\$344,172,331	\$408,236,470	\$484,220,623
VALOR ENTREGA DE RESULTADOS	\$156,300,000	\$185,392,119	\$219,899,154	\$260,828,984	\$309,377,082	\$366,961,439
TOTAL DE VENTA DE SERVICIO	\$362,543,728	\$430,023,658	\$510,063,243	\$605,001,314	\$717,613,553	\$851,182,062

Fuente: Los Autores

6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio PE, determina el volumen mínimo de servicios que se debe vender para cubrir los costos fijos de un periodo de la empresa LOS GALÁCTICOS domicilios y mensajería en general LTDA y de esta manera no obtener ganancias ni pérdidas. Para calcular el punto de equilibrio en pesos y unidades se utilizan las siguientes expresiones matemáticas.

$$PE \text{ (Unidades)} = \frac{CF}{Pvu - Cvu}$$

Donde:

PE: Punto de equilibrio

CF: Costo Fijo

Pvu: Precio unitario de venta

Cvu: Costo variable unitario

En el cuadro 37 se resume el punto de equilibrio calculado en pesos y en unidades de servicio, durante la vida útil del proyecto para los dos servicios (ver cuadros 38, 39).

Cuadro 37. Punto de equilibrio año 2004

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO BASE	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
Punto de equilibrio domicilios y mensajería	23,349	25,590	28,149	30,963	34,060	37,466
Punto de equilibrio en pesos	\$72,185,305	\$85,307,774	\$101,185,657	\$120,019,344	\$142,360,649	\$168,857,669
Punto de equilibrio clínicas y laboratorio	43,975	48,373	53,210	58,531	64,384	70,822
Punto de equilibrio en pesos	\$54,969,028	\$65,200,507	\$77,336,478	\$91,731,116	\$108,804,094	\$129,056,052

Fuente: Los Autores

Para hallar el punto de equilibrio por servicio es preciso conocer la clasificación de los costos por cada servicio, para ello se tiene en cuenta la participación del costo de cada uno de estos en los costos totales.

Formula:

$$\text{Punto de Equilibrio: } \frac{\text{costos fijos totales}}{\text{Precio de venta - Costo Variable Unitario}}$$

Cuadro 38. Punto de Equilibrio Servicio de entrega de resultados a domicilios, laboratorios y clínicas.

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO BASE	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
% participación del costo del servicio en el costo total	43%	43%	43%	43%	43%	43%
Costo total clínicas y laboratorios	\$121,804,533	\$142,268,253	\$166,367,918	\$194,767,059	\$228,252,078	\$267,751,749
Costo fijo clínicas y laboratorio	\$20,473,561	\$22,076,641	\$23,805,242	\$25,669,192	\$27,679,090	\$29,846,362
Costo variable clínicas y laboratorio	\$101,330,972	\$120,191,612	\$142,562,676	\$169,097,867	\$200,572,988	\$237,905,386
Unidades de servicio	125040	137544	151298	166428	183071	201378
Precio venta del servicio(promedio)	\$1,250	\$1,348	\$1,453	\$1,567	\$1,690	\$1,822
Costo unitario del servicio	\$974	\$1,034	\$1,100	\$1,170	\$1,247	\$1,330
Costo variable Unitario	\$810	\$874	\$942	\$1,016	\$1,096	\$1,181
Punto de equilibrio clínicas y laboratorio	43,975	48,373	53,210	58,531	64,384	70,822
Punto de equilibrio en pesos	\$54,969,028	\$65,200,507	\$77,336,478	\$91,731,116	\$108,804,094	\$129,056,052

Fuente: Los Autores

Cuadro 39. Punto de Equilibrio Servicio de Domicilios mensajería en general

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO BASE		1 AÑO		2 AÑO		3 AÑO		4 AÑO		5 AÑO	
% participación del costo del servicio en el costo total	57%		57%		57%		57%		57%		57%	
Costo total	\$161,144,448		\$188,588,149		\$220,534,217		\$258,179,590		\$302,566,708		\$354,926,737	
Costo fijo	\$27,086,025		\$29,264,384		\$31,555,785		\$34,026,603		\$36,690,886		\$39,563,783	
Costo variable	\$134,058,423		\$159,323,765		\$188,978,431		\$224,152,987		\$265,875,821		\$315,362,954	
servicio	Unidades	Precio venta	Unidades	Precio venta	Unidades	Precio venta	Unidades	Precio venta	Unidades	Precio venta	Unidades	Precio venta
Envíos corres.	934	\$900	1027	\$970	1130	\$1,046	1243	\$1,128	1367	\$1,217	1504	\$1,312
Consignaciones	10674	\$3,650	11741	\$3,936	12915	\$4,244	14207	\$4,576	15628	\$4,935	17190	\$5,321
Envío de paquetes	24016	\$2,400	26418	\$2,588	29059	\$2,791	31965	\$3,009	35162	\$3,245	38678	\$3,499
Compras	17745	\$3,500	19520	\$3,774	21472	\$4,070	23619	\$4,388	25981	\$4,732	28579	\$5,102
Pago de servicios	13342	\$3,500	14676	\$3,774	16144	\$4,070	17758	\$4,388	19534	\$4,732	21488	\$5,102
Total servicios	66711		73382		80720		88792		97672		107439	
Precio promedio de venta	3092		3334		3595		3876		4180		4507	
Costo unitario de venta	2416		2570		2732		2908		3098		3304	
Costo unitario variable	2010		2171		2341		2524		2722		2935	
PE por servicio	PE por servicio		PE por servicio		PE por servicio		PE por servicio		PE por servicio		PE por servicio	
Envíos corres.	327		358		394		433		477		525	
Consignaciones	3736		4094		4504		4954		5450		5995	
Envío de paquetes	8406		9212		10133		11147		12262		13488	
Compras	6211		6807		7488		8236		9060		9966	
Pago de servicios	4670		5118		5630		6193		6812		7493	
Total pto equilibrio	23349		25590		28149		30963		34060		37466	
PE. Por servicio en pesos	PE. en pesos		PE. en pesos		PE. en pesos		PE. en pesos		PE. en pesos		PE. en pesos	
Envíos corres.	\$294,196		\$347,677		\$412,388		\$489,146		\$580,199		\$688,189	
Consignaciones	\$13,635,728		\$16,114,549		\$19,113,865		\$22,671,528		\$26,891,777		\$31,897,037	
Envío de paquetes	\$20,173,406		\$23,840,703		\$28,278,046		\$33,541,439		\$39,785,095		\$47,190,137	
Compras	\$21,737,779		\$25,689,461		\$30,470,904		\$36,142,453		\$42,870,282		\$50,849,557	
Pago de servicios	\$16,344,195		\$19,315,384		\$22,910,454		\$27,174,777		\$32,233,295		\$38,232,750	
Total punto equilibrio en pesos	\$72,185,305		\$85,307,774		\$101,185,657		\$120,019,344		\$142,360,649		\$168,857,669	

Fuente : Los Autores

6.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El flujo de caja se realizó con base en la información resultante del estudio financiero. Así mismo fue proyectado a cinco años, ya que este es el término de evaluación del proyecto. Las variaciones están de acuerdo con el índice de inflación promedio (7.83%). Ver cuadro 40, para la construcción de este cuadro se han tenido en cuenta los egresos iniciales correspondientes a las inversiones que se realizan en el periodo de instalación, los egresos de operación correspondientes a los costos de operación y los ingresos de operación correspondientes a los recibidos por la venta de las unidades de servicio.

6.6 BALANCE GENERAL

El Balance General se presenta en tres partes: Activo, pasivo y patrimonio, esta presentación tiene como finalidad resaltar los derechos de los dueños o participaciones conocido como capital o patrimonio o pasivo a favor de los dueños. Este balance fue proyectado a cinco años. (Ver cuadro 41)

6.7 ESTADO DE RESULTADOS

La finalidad o función del Estado de Perdidas y ganancias es detallar los cambios ocurridos en la empresa durante el periodo contable en cuestión, esto es al iniciar y finalizar operaciones a fin de conocer el comportamiento real de los costo y gasto frente a los ingresos. (Ver cuadro 42)

Cuadro 40. Flujo de caja proyectado

CONCEPTO	AÑO BASE	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
INVERSIONES FIJAS						
equipo de oficina	\$4,234,160					
muebles y enseres	\$2,383,000					
Inversión diferida	\$2,237,000					
CAPITAL DE TRABAJO	\$22,868,943					
IMPREVISTOS	\$3,172,310					
INVERSIÓN TOTAL	\$34,895,414					
INGRESOS						
Ventas		\$430,023,658	\$510,063,243	\$605,001,314	\$717,613,553	\$851,182,062
TOTAL INGRESOS		\$430,023,658	\$510,063,243	\$605,001,314	\$717,613,553	\$851,182,062
COSTOS DE OPERACIÓN						
mano de obra directa		\$279,515,378	\$331,541,108	\$393,250,854	\$466,448,809	\$553,268,340
Costos indirectos		\$18,394,768	\$19,352,646	\$20,867,959	\$22,501,920	\$24,263,820
Nomina administración		\$32,911,226	\$35,488,175	\$38,266,899	\$41,263,197	\$44,494,105
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN		\$330,821,371	\$386,381,929	\$452,385,712	\$530,213,926	\$622,026,265
perdida-utilidad operativa		\$99,202,287	\$123,681,314	\$152,615,603	\$187,399,627	\$229,155,796
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$99,202,287	\$123,681,314	\$152,615,603	\$187,399,627	\$229,155,796
Pago de impuesto de renta (35%)		\$34,720,801	\$43,288,460	\$53,415,461	\$65,589,869	\$80,204,529
Perdida-Utilidad después de impuesto		\$64,481,487	\$80,392,854	\$99,200,142	\$121,809,757	\$148,951,268
Mas depreciaciones		\$970,132	\$970,132	\$970,132	\$970,132	\$970,132
Mas amortización		\$447,400	\$447,400	\$447,400	\$447,400	\$447,400
EXCEDENTES DE OPERACIONES		\$65,899,019	\$81,810,386	\$100,617,674	\$123,227,289	\$150,368,800
FLUJO NETO DE CAJA	-\$34,895,414	\$65,899,019	\$81,810,386	\$100,617,674	\$123,227,289	\$150,368,800

Fuente : Los Autores

Cuadro 41. Balance proyectado

ACTIVO	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
ACTIVO CORRIENTE DISPONIBLE					
Caja y Bancos	\$81,398,031	\$104,846,687	\$132,305,078	\$165,028,232	\$204,026,317
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$81,398,031	\$104,846,687	\$132,305,078	\$165,028,232	\$204,026,317
ACTIVO NO CORRIENTE					
PROPIEDAD PLANTA EQUIPO	\$5,647,028	\$4,676,896	\$3,706,764	\$2,736,632	\$1,766,500
Equipo de oficina	\$1,150,000	\$1,035,000	\$920,000	\$805,000	\$690,000
Muebles y enseres	\$2,383,000	\$2,144,700	\$1,906,400	\$1,668,100	\$1,429,800
Equipo de computo	\$3,084,160	\$2,467,328	\$1,850,496	\$1,233,664	\$616,832
Depreciación acumulada	\$970,132	\$1,940,264	\$2,910,396	\$3,880,528	\$4,850,660
ACTIVOS DIFERIDOS	\$2,237,000	\$1,789,600	\$1,342,200	\$894,800	\$447,400
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$7,884,028	\$6,466,496	\$5,048,964	\$3,631,432	\$2,213,900
TOTAL ACTIVOS	\$89,282,059	\$111,313,183	\$137,354,042	\$168,659,664	\$206,240,217
PASIVOS					
PASIVO CORRIENTE					
CUENTAS POR PAGAR					
Impuestos de renta por pagar (35%)	\$34,720,801	\$43,288,460	\$53,415,461	\$65,589,869	\$80,204,529
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$34,720,801	\$43,288,460	\$53,415,461	\$65,589,869	\$80,204,529
PASIVO A LARGO PLAZO	\$ ---	\$ --	\$ --	\$ --	\$ --
OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ ---	\$ --	\$ --	\$ --	\$ --
TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO					
TOTAL PASIVO	\$34,720,801	\$43,288,460	\$53,415,461	\$65,589,869	\$80,204,529
PATRIMONIO					
Superavit	\$44,641,029	\$55,656,591	\$68,677,021	\$84,329,832	\$103,120,108
reserva legal (10%)	\$9,920,229	\$12,368,131	\$15,261,560	\$18,739,963	\$22,915,580
Utilidad del ejercicio	\$54,561,258	\$68,024,723	\$83,938,581	\$103,069,795	\$126,035,688
TOTAL DEL PATRIMONIO	\$89,282,059	\$111,313,183	\$137,354,042	\$168,659,664	\$206,240,217
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$89,282,059	\$111,313,183	\$137,354,042	\$168,659,664	\$206,240,217

Fuente : Los Autores

Cuadro 42. Estado de perdidas y ganancias proyectado

CONCEPTO	AÑO 2005	AÑO 2006	AÑO 2007	AÑO 2008	AÑO 2009
VENTAS	\$430,023,658	\$510,063,243	\$605,001,314	\$717,613,553	\$851,182,062
Menos					
COSTOS DE VENTAS	\$297,910,145	\$350,893,754	\$414,118,813	\$488,950,729	\$577,532,160
Mano de obra directa	\$279,515,378	\$331,541,108	\$393,250,854	\$466,448,809	\$553,268,340
Costos indirectos	\$18,394,768	\$19,352,646	\$20,867,959	\$22,501,920	\$24,263,820
UTILIDAD BRUTA	\$132,113,513	\$159,169,489	\$190,882,501	\$228,662,824	\$273,649,901
Menos					
Gastos administración	\$32,911,226	\$35,488,175	\$38,266,899	\$41,263,197	\$44,494,105
UTILIDAD OPERACIONAL	\$99,202,287	\$123,681,314	\$152,615,603	\$187,399,627	\$229,155,796
Menos					
Gastos financieros	\$-----	\$-----	\$-----	\$-----	\$-----
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$99,202,287	\$123,681,314	\$152,615,603	\$187,399,627	\$229,155,796
Menos					
PROVISIÓN IMPUESTO DE RENTA (35%)	\$34,720,801	\$43,288,460	\$53,415,461	\$65,589,869	\$80,204,529
Menos					
RESERVA LEGAL (10%)	\$9,920,229	\$12,368,131	\$15,261,560	\$18,739,963	\$22,915,580
UTILIDAD POR DISTRIBUIR	\$54,561,258	\$68,024,723	\$83,938,581	\$103,069,795	\$126,035,688

FUENTE: Los Autores

7. EVALUACION DEL PROYECTO

7.1 EVALUACIÓN ECONÓMICA

7.1.1. CALCULO DE RAZONES FINANCIERAS

7.1.1.1 Razones de Liquidez. Las razones que más se utilizan son las de circulante y la razón de capital de trabajo, la cual indica realmente el circulante (dinero efectivo en caja y bancos) para atender las obligaciones inmediatas (pasivos circulantes).

7.1.1.2 Razón corriente. Ver cuadro 43, en el primer año este indicador esta en 2,34 a 1 es decir que por cada peso que se debe a corto plazo, se poseen \$2,34 para respaldar las obligaciones, indicador muy satisfecho en el análisis.

7.1.1.3 Razón de Capital de Trabajo. Ver cuadro 43, se interpreta como el exceso monetario de los activos corrientes sobre los pasivos corrientes. Se aconseja como una medida de control interno más no de liquidez.

Conclusión Razones de Liquidez: Al comienzo el proyecto posee un activo circulante suficiente para generar recursos, dado que es una empresa de servicios y no se manejan inventarios.

7.1.1.4 Razones de endeudamiento. Uno de los principales criterios, cuando se plantea un proyecto en donde los recursos propios son insuficientes para financiar un proyecto de inversión haciendo necesario recurrir a créditos, que ocasionan gastos por motivos de costos financieros (intereses) que afectan el proyecto. Por tal razón es importante considerar la capacidad que tiene la

empresa para endeudarse, sin que comprometa su estabilidad; es decir, que no adquiriera deudas mayores a su capacidad de pago, para no entrar en periodos de iliquidez.

7.1.1.5 Nivel de endeudamiento. Ver cuadro 43, Consiste en revisar que cantidad de los activos se están financiando con pasivo; en otras palabras, que cantidad del activo se debe y cuanto se puede llegar a deber sin afectar la empresa. Nunca se podrá deber más de lo que se tiene.

Este indicador dice que por cada \$1 que la empresa tiene invertidos en activos, 0,35 han sido financiados por los acreedores durante el primer año.

Cuadro 43. Indicadores Financieros, Año 2004

	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
RAZONES DE LIQUIDEZ					
RAZON CORRIENTE	2.34	2.42	2.47	2.51	2.54
RAZON DE CAPITAL DE TRABAJO	\$46.677.230	\$61.558.227	\$78.889.617	\$99.438.363	\$123.821.788
RAZON DE ENDEUDAMIENTO					
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO	0.35	0.35	0.35	0.35	0.35
ENDEUDAMIENTO EN EL CORTO PLAZO	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Los Autores

7.1.2 Evaluación financiera. Al evaluar financieramente el proyecto, se busca: analizar los beneficios que trae hacer determinada inversión e incurrir en costos para ejecutarlos, investigar la posibilidad que se tiene de cumplir los compromisos adquiridos y en general los índices de rentabilidad que se obtendrán con su puesta en marcha.

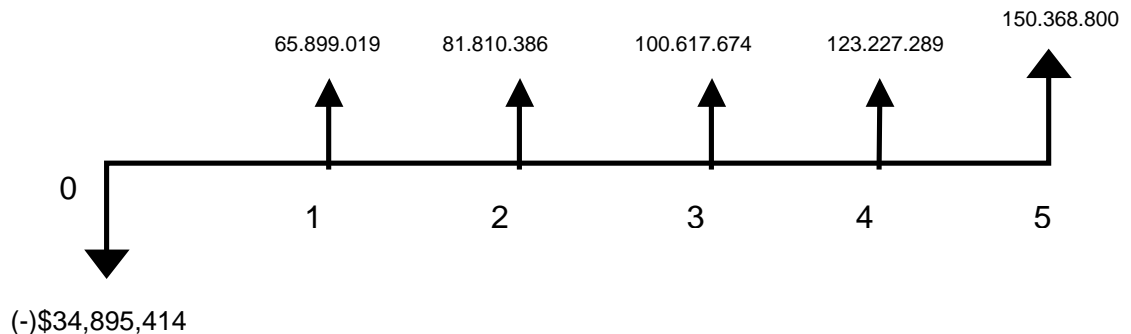
Se analizan diferentes factores o criterios con los cuales se puede medir la factibilidad del proyecto a saber: Valor Presente Neto, Tasa Interna de Retorno.

7.1.2.1 Valor presente neto

Operación: realizada en la calculadora FC 200 financiera, (-)35.766.876 CFj 65.899.019 CFj 81.810.836 CFj 100.617.674 CFj 123.227.289 CFj 150.368.800 CFj 12.8 i% \$315.511.148.

Para calcular el valor presente neto **VPN**, se toma una tasa de interés de oportunidad (**TIO**) calculada sobre el **DTF** promedio (7.8%E.A) actual, más 5 puntos, lo que nos representa un 12.8%, aplicado a la información obtenida del flujo de caja proyectado. Al efectuar el calculo da como resultado \$315.511.148 por lo tanto la realización es atractiva.

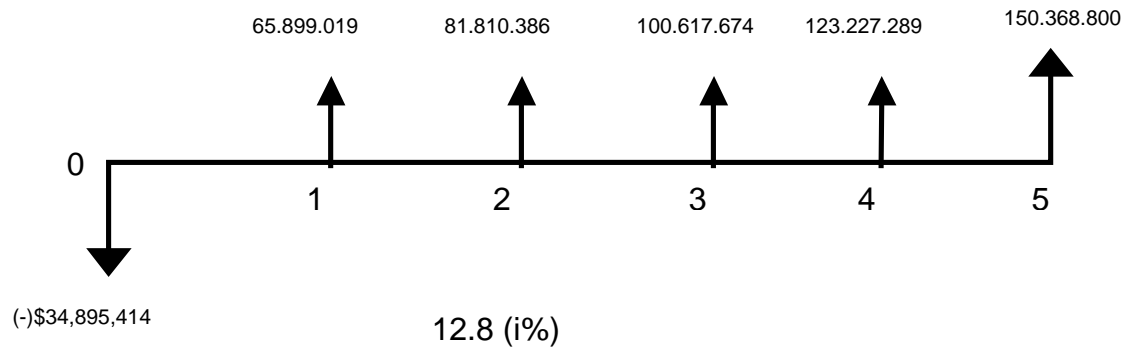
Grafico 29. Valor Presente Neto



7.1.2.2 Tasa interna de retorno (TIR)

Operación: realizada en la calculadora FC 200 financiera, (-)\$34,895,414 CFj 65.899.019 CFj 81.810.836 CFj 100.617.674 CFj 123.227.289 CFj 150.368.800 CFj 12.8 i% 205,9124%.

GRAFICO 30. Tasa Interna Retorno



Este criterio evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos realizados en la etapa de inversión. En otras palabras corresponde a la tasa de interés que torna cero el valor presente neto del proyecto.

La utilidad de esta criterio de decisión está en comparar con otros criterios, como es el costo de oportunidad del dinero, (7.8%+5 puntos a mayo del 2004), es decir el 12.8% E.A o la rentabilidad de la mejor alternativa de inversión (TIO), existente en el mercado.

La tasa interna de Retorno (TIR) del presente proyecto sin financiación es del 205,9124%. Es decir los inversionistas recibirán el dinero con un interés del 193,1124%, superior al que consideran atractivo (12.8%) .

7.2 EVALUACION SOCIAL

7.2.1 Desarrollo regional. Con la creación de la empresa LOS GALÁCTICOS DIMICILIOS Y MENSAJERIA EN GENERAL LTDA en Bucaramanga y su Área Metropolitana, se genera una fuente mas para el desarrollo económico, pues su población contarán con un servicio que brinde, la comodidad y confianza a la hora que su tiempo no sea suficiente para cubrir totalmente sus necesidades personales y profesionales, convirtiéndose este tipo de empresa en parte fundamental de las soluciones practicas en la vida diaria de las personas y contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad.

7.2.2 Generación de empleo. La puesta en marcha de LOS GALÁCTICOS LTDA domicilios y mensajería en general, contribuye con la minimización del índice de desempleo, pues genera 16 empleos directos y de esta forma el nivel de ingresos de los empleados mejora para obtener recursos suficientes para el sostenimiento de su núcleo familiar.

CONCLUSIONES

Se concluye a través de esta investigación, que existe la posibilidad de la creación de una empresa que preste los servicios de domicilios y mensajería en general y la entrega de resultados de laboratorio, en Bucaramanga y su área metropolitana, a pesar que la mayoría de los habitantes actualmente utilizan los servicios de las empresas ya existentes no están satisfechos con el servicio que les brindan.

El 54% de la población encuestada, manifestó que al existir una nueva empresa, en Bucaramanga que ofrezca los servicios de domicilios y mensajería en general y reparto de resultados utilizarán estos servicios.

En cuanto al servicio de entrega de resultados a domicilios el 90% de la población manifestó estar interesados en conocer dicha propuesta para la prestación de este servicio;

El recurso humano con el que la empresa laborara constara de un Gerente que se encargara de la parte de representación legal de la empresa, dos secretarias recepcionistas que se encargaran de la recepción y atención de los requerimientos de los clientes, de catorce mensajeros disponibles para realizar los requerimientos; este personal debe tener valores como: un gran sentido del servicio, comportamiento intachable, buena presentación personal, responsabilidad, honradez.

Se cuenta con los recursos necesarios indispensables para la organización, y de esta forma cumplir con los objetivos de la empresa en la prestación de los servicios, que se caracterizaran por su agilidad, cumplimiento, buen precio, y

calidad, las cuales dependerán única y exclusivamente de la empresa sin la utilización de intermediarios.

En el análisis financiero se determinó una TIR, que demuestra la rentabilidad del proyecto, con un 205,9124%, mucho mas atractiva que la ofrecida por el sector financiero que es del 12.8%.

En la materia ambiental el desarrollo del presente proyecto no en su actividad no representa un gran riesgo para el ecosistema, sin embargo se toman las medidas necesarias en cuanto al mantenimiento de sus vehículos evitando que esto suceda.

La empresa GALÁCTICOS LTDA., a través del presente estudio, demuestra que es factible y rentable; garantizando beneficios socio-económicos para los inversionistas y para los habitante de Bucaramanga y su área metropolitana, fomentando la generación de empleo y la solución de problemas para su desarrollo a nivel personal y profesional.

RECOMENDACIONES

Para llevar a cabo con éxito la puesta en marcha del proyecto es importante seguir las siguientes recomendaciones:

Cumplir de manera organizada y cuidadosa todas las especificaciones planteadas en el estudio en cuanto a precios, publicidad, ubicación, atributos diferenciadores, control de calidad, para la prestación del servicio de la nueva empresa de domicilios y mensajería LOS GALÁCTICOS LTDA.

Tener en cuenta los factores respecto a precios, servicios ofrecidos, atención al cliente, realizando observaciones y monitoreo de la competencia, dado que el proyecto es sensible a estas variaciones.

BIBLIOGRAFÍA

MÉNDEZ, Carlos E. Metodología Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas : Segunda Edición. Bogotá DC: McGraw Hill.

MIRANDA MIRANDA Juan José. Gestión de Proyectos. Cuarta Edición. Bogotá DC MM Editores.

ALCALDÍA DE BUCARAMANGA. Una Metrópoli en Silencio.

MINISTERIO DE DESARROLLO, "IFI" Ley Mipymes.

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS DANE.

CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS. Normas técnicas colombianas para la presentación de tesis y otros trabajos de grado. Quinta Actualización. Bogotá D.C, ICONTEC, 2004 NTC 1486.

THOMAS H, Berry. Como gerenciar la transformación hacia la calidad total: McGraw Hill.

www.BUCARAMANGO.COM

WWW.DANE.COM

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE REPARTO DE CORRESPONDENCIA Y DOMICILIOS EN EL PERÍMETRO URBANO DEL MUNICIPIO DE BARBOSA SANTANDER autores, JOSE FABIO PINZON VARGAS Y JOSE ARMANDO GUIZA SAAVEDRA de 2001.

FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE REPARTO DE CORRESPONDENCIA Y DOMICILIOS EN EL MUNICIPIO DEL SOCORRO SANTANDER COLOMBIA autores, GLORIA MARIA SILVA DIAZ Y NUBIA SUAREZ VELASQUEZ de 2001.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE MULTISERVICIOS DE MENSAJERIA CON RECEPCIÓN A DOMICILIO PARA LA CIUDAD DE BUCARAMANGA autores, GILMA BERTA PELAYO Y EMMA RODRÍGUEZ ARGUELLO de 1998.

¿ Qué es el control total de calidad? Kaoru Ishikawa

Certificación ISO 9000, un motor para la calidad Guy Laudo

La inteligencia Emocional Daniel Goleman.

ANEXO 01.

MENSAJERÍA Y DOMICILIOS EN GENERAL

1. Utiliza los servicios de mensajería y domicilios?

SI ___

NO ___ Por que? _____

2. Mencione el nombre de algunas empresas de mensajería que conozca (halla utilizado o no sus servicios) _____

3. De cual de las anteriores empresas ha utilizado sus Servicios? _____

4. Mencione cual de los siguientes servicio solicita:

- a) Envíos ___ b) Pago de servicios ___ c) Envío correspondencia _____
d) Compras ___ e) Consignaciones ___ f) Otros Cuales? _____

5. Con que frecuencia utiliza estos servicios?

- a) Diario ___ b) semanal ___
c) quincenal ___ d) Mensual ___

6. Se encuentra satisfecho con las empresas de domicilios y mensajería actuales?

Si ___

No ___ Por que? _____

7. Por que medios ha conocido los servicios de estas empresas?

- a) Volantes ___ b) Directorio ___
c) Tarjetas ___ d) Otros ___ Cual? _____

8. cual cree que sería el horario adecuado para la prestación del servicio?

- a) Horario de oficina ___ b) 7 am - 7 pm ___
c) 6 am - 10 pm ___ d) Otro ___ cual? _____

9. Indique el valor que esta pagando actualmente por los siguientes servicios

- a) Envíos _____ b) Pago de servicios _____ c) Compras _____
d) Consignaciones _____ e) Envío correspondencia _____

10. Ordene de 1 a 5 de acuerdo al orden de importancia los siguientes aspectos que consideraría al seleccionar una empresa de domicilios y mensajería:

- a) Cumplimiento ___ b) Precios ___ c) Cercanía ___
d) Responsabilidad ___ e) Rapidez ___

11. Considera que debe haber una nueva empresa de domicilios y mensajería?

Si ___

No ___ Por que? _____

ANEXO 02.
LABORATORIOS CLINICOS

FECHA : _____ ENCUESTADOR : _____
NOMBRE DEL LABORATORIO _____ DIRECCION _____ TELEFONO : _____

1. Tiene problemas con la entrega de los resultados?

SI _____

NO _____

2. Sus clientes o pacientes han solicitado la entrega de resultados a domicilio?

SI _____

NO _____

3. Le gustaría brindarle este servicio a sus clientes y pacientes?

SI _____

NO _____ Porque? _____

4. Trabaja actualmente con una empresa de domicilios y mensajería para la entrega de resultados?

SI _____

NO _____

5. A cuantos pacientes en promedio les realizan exámenes diariamente?

a) 40

b)60

c)110

d)150

e)220

6. Tendría en cuenta alguna propuesta de una empresa de domicilios?

SI _____

NO _____ Porque? _____

ANEXO 03.

EMPRESAS DE MENSAJERÍA Y DOMICILIOS

NOMBRE _____ DIRECCION _____ TELEFONO _____

ENCUESTADOR : _____

1. Se encuentra constituida legalmente?
SI ____ NO ____
2. Con cuantas oficinas cuenta?
a) 1 b) 2 c) 3 d) Mas cuantas? _____
3. En que sectores se encuentran ubicadas?
a) Bucaramanga b) Floridablanca
c) Girón d) Otro Cual? _____
4. Que servicios presta a sus clientes?
a) pagos de recibos b) Envío de correspondencia
c) Compras d) Envió de paquetes
e) Otros cuales? _____
5. Cual es el horario de atención?
a) horario de oficina b) 7 a.m. - 7p.m
c) 6a.m-10p.m d) Otro cual? _____
6. Que tipo de publicidad utiliza?
a) Directorio telefónico b) Volantes
c) Tarjetas c) Otros cuales? _____
6. Cuantos domicilios en promedio atiende diariamente su empresa?
a) 60 b) 80 e) 100 e) 120

ANEXO 04.

ENCUESTA REALIZADA A ADMINISTRADORES DE LABORATORIOS Y CLINICAS, Y EMPRESAS DE DOMICILIOS Y MENSAJERIA.

Administradores de laboratorios y clínicas.

- Cuantos pacientes atiende en promedio anual.
- Cual seria la tasa de crecimiento anual para los servicios de laboratorios y clínicas.

Administradores empresas de domicilios y mensajería.

- Cual ha sido la tasa de crecimiento de la demanda del servicio.
- Cuantos servicios atiende en promedio anual.
- Determine el porcentaje de crecimiento para la prestación del servicio.

ANEXO 05.

TIPOGRAFIA Y LITOGRAFIA **BENIZ**

Diciembre, 13 de Agosto de 2004

Por:
ANGELICA

REF.: COTIZACION.

De acuerdo a su amabilidad, nos permito confiar el siguiente trabajo:

CANT.	DESCRIPCION	TOTAL.
10000	hojas de polipropileno, plastificadas.	\$280.000
10000	Adhesivos en polipropileno, plastificados.	\$250.000
10.000	Volantes 1/2 carta a una sola en papel periódico	\$180.000
30 x 100	Plantillas para maquina a vapor para una sola en papel periódico	\$120.000
200 x 1000	Rebolsos numerados de 10 x 7 cm.	\$300.000
TOTAL		\$1.500.000

FORMA DE PAGO: A Contante

TIEMPO DE ENTREGA: A Contante

Agradecemos su atención y espero poder servirle.

Cordialmente,



JESUS RODRIGUEZ CARRILLO
Administrador

ANEXO 06.

COTIZACION

LALO'S SPORT

Señor:
NELSON DIAZ MALDONADO
Ciudad

Por medio de la presente me permito cotizarle los siguientes artículos estampados a todo costo.

*Morrales *(con logotipo)	\$420.000
Forros para canastas (con logotipo)	\$140.000
*Camisetas *(con logotipo)	\$560.000

Estos precios se sostienen por pago contraentrega; la cotización se mantiene hasta 120 días a partir de la fecha de cotización.

*El precio incluye morral, forros y camiseta.

Atentamente;



ORLANDO TARAZONA
LALO'S SPORT

**ANEXO 07.
FORMATOS PARA LA LEGALIZACIÓN DE UNA EMPRESA**

LIBRO 15

No. INSCRIP. _____ HORA _____

FECHA _____

Bucaramanga,

Señores
CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA
Registro Mercantil
Ciudad

Atentamente solicito dar Matricula en un Establecimiento de Comercio.

denominado _____

ubicado en _____

del Municipio de _____ de

propiedad de _____

Cordialmente,

C.C. No. _____ de _____

La Cámara de Comercio informa que este Documento debe ser presentado personalmente por el Representante Legal o Propietario o con firma autenticada.

2010

JOB-1100



Fecha _____ Matrícula Mercantil _____ No. inscripción ESAL _____

Nombre de la Sociedad, Persona Natural o Entidad sin Animo de Lucro: _____

INDIQUE CON UNA "X" EL TIPO DE CONTABILIDAD QUE LLEVA:

A. MANUAL _____ B. SISTEMATIZADA _____

CAMBIO DE MANUAL A SISTEMATIZADA: _____

REQUIERE SUMINISTRO DE HOJAS: SI _____ NO _____ Nro. DE HOJAS _____

INDIQUE EL TIPO DE HOJAS:

A. CARTA _____ B. OFICIO _____

C. FORMAS CONTINUAS CARTA _____ D. 14.78 _____

REQUIERE MARCAJÓN DE HOJAS: SI _____ NO _____ Nro. DE HOJAS _____

NOMBRE DEL LIBRO	NUMERO DE HOJAS	DE LA NUMERO	A LA NUMERO	INSCRIPCION
A. Inventario	_____	_____	_____	_____
B. Mayor y Balances	_____	_____	_____	_____
C. Caja Diario	_____	_____	_____	_____
D. Acta de:				
Junta de Socios	_____	_____	_____	_____
Asamblea de Accionistas	_____	_____	_____	_____
Junta Directiva	_____	_____	_____	_____
Consejo de Administración	_____	_____	_____	_____
Asamblea de Asociados	_____	_____	_____	_____
E. Registro de Socios o Asociados	_____	_____	_____	_____
F. Otros				
Diario Mayor	_____	_____	_____	_____
Cuenta y Razón	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____

LA SOLICITUD PUEDE SER FIRMADA POR EL PROPIETARIO, REPRESENTANTE LEGAL, REVISOR FISCAL O CONTADOR PUBLICO.

NOTA: Los libros deben reclamarse al día siguiente de su presentación en la Cámara de Comercio después de cuatro (4) meses los documentos (Decreto 2642 del 29 de Diciembre de 1992).

JA-100

C.C. No. _____

CONSULTA DE HOMONIMIA

Fecha : Jueves, 08 de julio de 2004.

Nombre de empresa consultado : MARIPOSITA SHOES.

Resultado de la consulta : La empresa "MARIPOSITA SHOES" no existe, el nombre de empresa es permitido.

El uso del Nombre seleccionado quedará bajo su absoluta responsabilidad.

MATRICULA	NOMBRE DE LA EMPRESA
91523	FRATELLO SHOES Y MARIA P. SHOES
94235	SHOES AND SHOES
33291	DISTRIBUIDORA DE CALZADO JHON & DISEÑOS WENDY KARY SHOES
33416	STYLOS NELCY SHOES
36587	CALZADO CROSS SHOES
38744	SHOES & BAGS PATTY
40785	KAORA SHOES
43966	FABRICA DE CALZADO SHOES BISON
46771	TAYRONA SHOES
47578	TAYRONA SHOES LIMITADA

Imprimir Cerrar



CAMARA
DE COMERCIO DE BUCARAMANGA

FORMULARIO ADICIONAL DE REGISTRO PARA FINES TRIBUTARIOS
ANEXO DIAN

Cámara Número de Matrícula o de Inscripción en el Registro de ESAL:
(Para uso exclusivo de la Cámara de Comercio)

1.) Marque con una X en la casilla que corresponda.

Inscripción RUT (Primer Vez) Actualización RUT

2.) Número de Identificación Tributario (NIT): Diligencielo solo en caso de actualizaciones.

DV:

3.) Razón Social o Nombre. Diligencia en todos los casos.

4.) Solicitud de inscripción y/o modificación del Registro Único Tributario, RUT, de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN.

4.1. Es contribuyente? SI NO

4.2. Registro nacional de vendedores (Impuesto sobre las ventas)


Régimen Común: Régimen Simplificado:

5.) Fecha de Inicio de Actividades (Solamente si diligenció el numeral 4.2)


Año Mes Día

6.) Firmas

Contribuyente o Representante Legal Número de identificación

 DIAN <small>DIRECCION DE IMPUESTOS Y AVALUOS PATRIMONIALES</small>	SOLICITUD DE AUTORIZACION DE NUMERACION PARA FACTURACION	USO OFICIAL
		No. _____ FECHA DE RECEPCION DIA MES AÑO
DATOS GENERALES	1) NIT: _____ D.V. _____ <small>La presente solicitud se compone de original y _____ copias.</small>	2) APELLIDOS Y NOMBRES - O RAZON SOCIAL COMPLETOS DEL OBLIGADO A FACTURAR (Máximo 80 caracteres)
3) DIRECCION: _____	TELEFONO: _____	4) CIUDAD Y CODIGO DE LA ADMINISTRACION: _____ <small>COD. DEPARTAMENTO</small>
5) NUMERACION SOLICITADA PARA FACTURA DE PAPEL:		
PREFIJO: _____	DESDE EL NUMERO: _____	HASTA EL NUMERO: _____
_____ : _____	_____ : _____	_____ : _____
_____ : _____	_____ : _____	_____ : _____
_____ : _____	_____ : _____	_____ : _____
6) NUMERACION SOLICITADA PARA FACTURA POR COMPUTADOR:		
PREFIJO: _____	DESDE EL NUMERO: _____	HASTA EL NUMERO: _____
_____ : _____	_____ : _____	_____ : _____
_____ : _____	_____ : _____	_____ : _____
_____ : _____	_____ : _____	_____ : _____
7) HABILITACION DE FACTURAS AUTORIZADAS NO UTILIZADAS:		
FACTURA DE PAPEL:		
PREFIJO: _____	DESDE EL NUMERO: _____	HASTA EL NUMERO: _____
_____ : _____	_____ : _____	_____ : _____
FACTURA POR COMPUTADOR:		
PREFIJO: _____	DESDE EL NUMERO: _____	HASTA EL NUMERO: _____
_____ : _____	_____ : _____	_____ : _____
NUMERO DE RESOLUCION DE AUTORIZACION ANTERIOR: _____ FECHA: _____ DIA MES AÑO CODIGO ADMINISTRACION: _____		
8) OBLIGADO A FACTURAR O APODERADO		
FIRMA: _____ NOMBRE: _____ C.C. No. _____		

Si los espacios son insuficientes para la numeración requerida, utilice la hoja que se anexa al presente formato.

 DIAN <small>COMISIÓN DE DEPARTAMENTO Y AGENCIAS SUBORDINADAS</small>		INSCRIPCIÓN REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO R. U. T.		NÚMERO Y FECHA DE EMISIÓN	
B. CLASE DE SOLICITUD					
<input type="checkbox"/> 1. REGISTRO <input type="checkbox"/> 2. CANCELACIÓN <input type="checkbox"/> 3. RECTIFICACIÓN <input type="checkbox"/> 4. CAMBIO DE TIPO DE ENTIDAD <input type="checkbox"/> 5. CAMBIO DE SECTOR <input type="checkbox"/> 6. ADMINISTRACIÓN		<input type="checkbox"/> 7. ACTIVACIÓN <input type="checkbox"/> 8. VINCULACIÓN <input type="checkbox"/> 9. RESPONABILIDADES <input type="checkbox"/> 10. ACTIVIDAD ECONÓMICA <input type="checkbox"/> 11. TERCEROS <input type="checkbox"/> 12. CAMBIO DE FISCAL		<input type="checkbox"/> 13. REGISTRO <input type="checkbox"/> 14. IVA <input type="checkbox"/> 15. OTROPAIS <input type="checkbox"/> 16. OTROPAIS <input type="checkbox"/> 17. IVA	
C. INFORMACIÓN BÁSICA					
ADMINISTRACIÓN: <input type="checkbox"/> CA <input type="checkbox"/> OFI <input type="checkbox"/> ANE		REGISTRO DE ENTIDAD: <input type="checkbox"/> CA <input type="checkbox"/> OFI <input type="checkbox"/> ANE			
RUC: _____		ENTIDAD: _____			
TIPO DE CONTRATO: <input type="checkbox"/> CON <input type="checkbox"/> SIN CONTRATO		<input type="checkbox"/> AGRICOLA <input type="checkbox"/> INDUSTRIAL		<input type="checkbox"/> COMERCIAL	
ABOGADO: _____		DISEÑADOR: _____		MARCO: _____	
DIRECCIÓN: _____		TELÉFONO: _____		FAX: _____	
CAPITAL SOCIAL: _____		DIVIDENDOS: _____		DIVIDENDOS: _____	
DIVIDENDOS: _____		DIVIDENDOS: _____		DIVIDENDOS: _____	
D. ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL					
CLASE DE SOCIEDAD: <input type="checkbox"/> 1. SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD ILIMITADA <input type="checkbox"/> 2. SOCIEDAD ANÓNIMA <input type="checkbox"/> 3. SOCIEDAD DE HECHO <input type="checkbox"/> 4. SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA		ENTIDAD DE VIGILANCIA: <input type="checkbox"/> 1. SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES <input type="checkbox"/> 2. SUPERINTENDENCIA DE BANCA <input type="checkbox"/> 3. OTRAS (INDICAR)			
FECHA DE INICIO: _____		FECHA DE FIN: _____			
E. RESPONSABILIDADES					
FECHA DE INICIO: _____		FECHA DE FIN: _____			
<input type="checkbox"/> 1. RESPONSABILIDAD ILIMITADA <input type="checkbox"/> 2. RESPONSABILIDAD LIMITADA		<input type="checkbox"/> 3. RESPONSABILIDAD ILIMITADA <input type="checkbox"/> 4. RESPONSABILIDAD LIMITADA			
FECHA DE INICIO: _____		FECHA DE FIN: _____			
F. INFORMACIÓN DE TERCEROS					
<input type="checkbox"/> 1. CONSTITUCIÓN DE SOLUCIÓN <input type="checkbox"/> 2. SOLUCIÓN DE RESPONSABILIDAD <input type="checkbox"/> 3. REGISTRO MERCANTIL <input type="checkbox"/> 4. RESPONSABILIDAD ILIMITADA		<input type="checkbox"/> 5. RESPONSABILIDAD ILIMITADA <input type="checkbox"/> 6. RESPONSABILIDAD LIMITADA			
FECHA DE INICIO: _____		FECHA DE FIN: _____			
G. CLASIFICACIÓN					
<input type="checkbox"/> 1. IVA <input type="checkbox"/> 2. IVA		<input type="checkbox"/> 3. IVA <input type="checkbox"/> 4. IVA			
H. CANCELACIÓN					
<input type="checkbox"/> 1. IVA <input type="checkbox"/> 2. IVA		<input type="checkbox"/> 3. IVA <input type="checkbox"/> 4. IVA			
FECHA DE INICIO: _____					

ALCALDIA DE BUCARAMANGA

En **Bucaramanga**
Mañana es **Hoy**

FORMULARIO PARA OBTENER O RENOVAR EL REGISTRO DE INDUSTRIA Y COMERCIO

PREDIO No. ZONIFICACIÓN

REGISTRO DE INDUSTRIA Y COMERCIO
(Marque con una X el trámite/s solicitados)

INICIACIÓN CONTINUACIÓN CAMBIO DE DIRECCIÓN CAMBIO ACTIVIDAD

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

NIT. C.C. No.

DIRECCIÓN COMERCIAL BARRIO

DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIONES TELEFONO

CLASE DE ACTIVIDAD: INDUSTRIAL COMERCIAL SERVICIOS FINANCIERO
PROFESIÓN LIBERAL OTRA NATURALEZA

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

CAPITAL INVERTIDO \$ *(Para iniciación)*

ESPACIO OCUPADO: LARGO ANCHO ALTO TOTAL

LAVA CABEZAS BILLARES MESAS BOMBAS, SURTIDORES

FIRMA DEL REPRESENTANTE Y/O PROPIETARIO _____

188
CALLE 35 No. 10-43 CONMUTADOR 633 70 09 FAX (97) 6521777 BUCARAMANGA
web site www.bucaramanga.gov.co e-mail: prensa@alcaldia Bucaramanga

ALCALDIA DE BUCARAMANGA

LA ADMINISTRACION MUNICIPAL CERTIFICA

MÁTRICULA No. _____

QUE EL ESTABLECIMIENTO UBICADO EN LA _____
BARRIO _____ CORONA _____ ZONIFICACION _____
DESTINADO A _____
NOMBRE O RAZON SOCIAL _____ C.C. O R.T. _____
CUMPLIO LOS REQUISITOS EXIGIDOS POR LA LEY 202 DE 1995 Y DECRETO 2173 DE 1995
HORARIO DE ATENCION _____
DIMENSION DEL INMUEBLE: Largo _____ Ancho _____ Alto _____ Total _____
FECHA DE EXPEDICION: Dia _____ Mes _____ Año _____

Firma y sello de información y registro

ESTA CERTIFICACION debe ubicarse en un lugar visible del establecimiento
CANCELAR LOS DERECHOS CADA DOS AÑOS
Los cambios de Dirección o Actividad deberán comunicarse en la oficina de Información y Registro
Los servicios públicos que en sus regulaciones no previeran la autorización por el legislador municipal en este formato, serán viables
contando al Código Único Disciplinario





DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE PLANEACION MUNICIPAL

SOLICITUD DE VIABILIDAD DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO
PARA INICIACION DE ACTIVIDADES

Por medio de la presente solicito ante la Oficina de Planeación Municipal viabilidad para instalar el siguiente negocio:

NOMBRE DEL PROPIETARIO: _____
DIRECCIÓN: _____
CLASE DE NEGOCIO: _____
ÁREA A OCUPAR: LARGO _____ MTS ANCHO _____ MTS
NUMERO DE EMPLEADOS: _____

Espacio reservado para Planeación Municipal

Va. De. A la(s) ciudad(es) de: _____
Circunscripción: _____
ZONAS: _____
Observaciones: _____

"Este concepto debe ser anexado al formulario de Radicación"

Aprobado: _____ 190 _____



DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE SALUD
Y SEGURIDAD SOCIAL DE BUCARAMANGA
DASSBU

CONCEPTO SANITARIO N°

El Supervisor de Saneamiento Hace Constar:

a) Que el Establecimiento _____ con Matrícula de Industria y Comercio No. _____ destinado al proceso distribución de alimentos, ubicado en: _____ No. _____ del Barrio _____ de Bucaramanga; presentó la documentación exigida por el Decreto 2333 de agosto 2 de 1982. (Control de los alimentos).

b) Que de acuerdo con lo dispuesto por la Ley 232 y el Decreto Presidencial 2150 de 1995, al suspender las Licencias de Funcionamiento y Similares, dispuso que todo Establecimiento para funcionar debe cumplir con los siguientes requisitos:

- ★ Viabilidad del uso del suelo.
- ★ Intensidad auditiva.
- ★ Horario de trabajo.
- ★ Condición higiénico-sanitaria y de seguridad.

Normas que cumple según CONCEPTO FAVORABLE de la Inspección higiénico-locativa y de funcionamiento realizada por el Técnico en Saneamiento de esta Institución. Si _____

c) Por lo anterior y teniendo en cuenta el cumplimiento de lo dispuesto por el Decreto 2333 de agosto 2 de 1982 y el Decreto 2150 de 1995 se AUTORIZA SANITARIAMENTE EL FUNCIONAMIENTO DEL ESTABLECIMIENTO _____

Se expide en Bucaramanga a los _____

F49 SUPERVISOR SANEAMIENTO AMBIENTAL

(2)



BOMBEROS DE PIEDECUUESTA

Carrera 15 # 1A-19 Tels. 560942 - 550008 - 119
DIVISION DE PREVENCIÓN Y SEGURIDAD

FORMATO DE INSPECCIÓN N° 100

ANULADO

Fecha _____ Dirección _____ Barrio _____

Propietario _____ C.C. _____ Exp. _____

Actividad _____

Carga Combustible: _____ Alto: _____ Medio: _____ Bajo: _____

Factores de Riesgo Externos: Si: _____ No: _____ Proximidad en Metros: _____

Clase: _____

Estado Instalaciones Eléctricas: Bueno: _____ Regular: _____ Malo: _____

Otros Riesgos Especiales: _____

Materiales Almacenados: Clase: _____

Condiciones de Almacenamiento: Bueno: _____ Regular: _____ Malo: _____

Extinguidores: _____

Vencimiento o Recarga: _____

Gabinetes contra Incendios: Si: _____ No: _____ Hidrantes: Si: _____ No: _____

Conocimientos de Equipos contra Incendios: Si: _____ No: _____

Otros Medios de Protección: _____

Otras Fallas Encontradas: _____

Plazo para Subsanar Fallas: _____ Días. Fecha de Verificación: _____

Concepto Final: C.T.R. _____ N.C.R. _____ N.A.S.R. _____

Observaciones: _____



FORMULARIO DE VINCULACION O ACTUALIZACION AL SISTEMA GENERAL DE PENSIONES

FECHA
 / /
 NUMERO RADICACION

1. DATOS GENERALES DEL AFILIADO O SOLICITANTE DEPENDIENTE INDEPENDIENTE

Nº DE DOCUMENTO: PRIMER APELLIDO: SEGUNDO APELLIDO: NOMBRES:

TPO. SEXO: M F

FECHA NACIMIENTO: / /

DIR. DE RESIDENCIA: MUNICIPIO: DEPARTAMENTO:

TELEFONO: OCUPACION O OFICIO: CODIGO: SALARIO: INDEMNIZACION: INGRESO MENSUAL:

2. DATOS DEL EMPLEADOR O ENTIDAD AGRUPADORA

Nº DOCUMENTO: RAZON SOCIAL O NOMBRE: SECURIDAD: NATURALEZA: PUBLICA PRIVADA

DIRECCION: MUNICIPIO: DEPARTAMENTO: TELEFONO:

3. INFORMACION DE DEPENDIARIOS

ORDEN	NUMERO DOCUMENTO	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO	NOMBRES	SEXO	FECHA NACIMIENTO	TPO. SEXO
1					M / F	ANO / MES / DIA	
2					M / F		
3					M / F		
4					M / F		
5					M / F		

4. VINCULACION A PENSIONES

TIPO NOMBRA: NUEVA TRANSFERENCIA OTRO

REGLIMEN: ORDINARIO ESPECIAL SUPLENENTE

SE MARCO TRASLADO DESDE ADMINISTRADORA DE PENSIONES ANTERIOR: SI NO

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE LOS ANTECEDENTES DEL TRABAJADOR INCLUIDOS EN EL PRESENTE DOCUMENTO SON LOS QUE CORRESPONDEN A LA INFORMACION QUE ME HA SIDO SUBMINISTRADA.

NUMERO DE DOCUMENTO: NOMBRE Y APELLIDOS DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ENTIDAD:

FECHA DE APLICACION DEL SISTEMA GENERAL DE PENSIONES:


DECLARACION DE INDUSTRIA, COMERCIO, SERVICIO Y FINANCIEROS
 División de Ingresos Municipales
JURISDICCION

CUADRO No. 2 DATOS GENERALES

1. NOMBRE DEL PROPIETARIO O TITULAR: _____ R.C.C. N.I.
 2. NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: _____ A.C.C. No. _____ 3. TELEFONO _____
 4. DIRECCION DEL ESTABLECIMIENTO: _____ 5. IDENTIFICACION PRIMARIA: _____ 6. MATRICULACION ADICIONALES (EXCEPCION): _____
 7. DIRECCION PARA CORRESPONDENCIA: _____ 8. CODIGO ACTIVIDAD: _____
 9. ACTIVIDAD DEL ESTABLECIMIENTO (Verificar si coincide la actividad): _____
 10. CLASE DE NEGOCIO: INDUSTRIAL COMERCIAL SERVICIO FINANCIERO 11. LLEVADOR DE CONTABILIDAD: SI NO
 12. NOMBRE HACIENDOS DE OTROS MUNICIPIOS: _____ 13. NOMBRE DE LOS MANEJADORES: _____
 14. MARQUE CON UNA X SI ESTA DECLARANDOLE: _____ COPIACION FECHA ANTERIOR: _____
 No. de RADICACION: _____

CUADRO No. 3 LIQUIDACION PRIVADA

REGLON	ACTIVIDAD INDUSTRIAL, COMERCIAL, SERVICIOS Y SECTOR FINANCIERO	CONTRIBUYENTE	USO OFICIAL
10	IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO (REGLON 10)		
11	IMPUESTO ALTAZO Y TABLERO (15% REGLON 10)		
12	IMPUESTO DE BOGOTANOS (14% REGLON 10)		
13	IMPUESTO POR UNIDAD COMERCIAL ADICIONAL (SECTOR FINANCIERO)		
14	DERECHO PRESENTE ADICIONAL (10% REGLON 10, SI LAZONA DESPUES DE LAS 10:00 PM)		
15	IMPUESTO AJUSTOS PERMITIDOS		
16	VALOR DE COMPENSACION (DEBE SOBRE EL IMPORTE VALOR, REFINANCIOS 10 = 11 SIN EMPLEADOS 10% SOBRE EL VALOR, REFINANCIOS 10 = 11 CON EMPLEADOS)		
17	SANCIÓN REDUCIDA AL 10% POR DECLARAR VALOR AJUSTADO (10-15-1990)		
18	MINUS RETENCIONES REINTEGRADAS EN EL PERIODO CORRIENTE ANTERIOR		
19	SANCIÓN POR INCUMPLIMIENTO (10% sobre el valor de la declaración, 10 = 11 5% sobre el valor de la declaración, 10 = 11 5% sobre el valor de la declaración, 10 = 11 5% sobre el valor de la declaración)		
20	VALOR POR PAGAR		
21	TOTAL IMPUESTO A CARGO DEL CONTRIBUYENTE (SUME REFINANCIOS 10 AL 17 MENOS EL REGLON 18+19+20)		

CUADRO No. 4 PERIODO DE DECLARACION

1. CUOTA: _____ 2. DE ENERO AL 31 DE MARZO: _____ 3. CUOTA: _____ 4. DE JULIO AL 30 DE SEPTIEMBRE: _____
 5. CUOTA: _____ 6. DE ABRIL AL 30 DE JUNIO: _____ 7. CUOTA: _____ 8. DE OCTUBRE AL 31 DE DICIEMBRE: _____

* SI LOS VALORES DECLARADOS Y LIQUIDADOS DEBEN APROXIMARSE A LA UNIDAD DE MIL MAS CERCANA.
 * LAS DECLARACIONES QUE SU DECLARACION DE INDUSTRIA Y COMERCIO DEBE PRESENTARSE ANUALMENTE.
 * IGUALMENTE SU CONTABILIDAD DEBE REGISTRARSE SEGUN LO ESTABLECIDO POR EL CODIGO DE COMERCIO.

CUADRO No. 5 FIRMAS Y RADICACION

BAJO LA GRAVEDAD DE JURAMENTO FIRMO ESTA DECLARACION: _____ USO OFICIAL: _____
 Firma de representante legal o propietario: _____ C.C. o N.I. No. _____
 Firma del Contador o Auditor Fiscal: _____
 Fecha: _____

ANEXO 08.

LEY 590 DE 2000 (julio 10)

por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.

El Congreso de Colombia

DECRETA:

CAPITULO I

Disposiciones generales

Artículo 1o. Objeto de la ley. La presente ley tiene por objeto:

- a) Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos;
- b) Estimular la formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes;
- c) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas;
- d) Promover una más favorable dotación de factores para las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital y equipos, como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales;
- e) Promover la permanente formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas favorables al desarrollo y a la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas;
- f) Señalar criterios que orienten la acción del Estado y fortalezcan la coordinación entre sus organismos; así como entre estos y el sector privado, en la promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas;
- g) Coadyuvar en el desarrollo de las organizaciones empresariales, en la generación de esquemas de asociatividad empresarial y en alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas;
- h) Apoyar a los micro, pequeños y medianos productores asentados en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de Mipymes rurales,
- i) Asegurar la eficacia del derecho a la libre y leal competencia para las Mipymes;

j) Crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Artículo 2o. Definiciones. Para todos los efectos, se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a los siguientes parámetros:

1. Mediana Empresa:

a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores;

b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) y quince mil (15.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

2. Pequeña Empresa:

a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores;

b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.001) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

3. Microempresa:

a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores;

b) Activos totales por valor inferior a quinientos uno (501) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Parágrafo 1o. Para la clasificación de aquellas micro, pequeñas y medianas empresas que presenten combinaciones de parámetros de planta de personal y activos totales diferentes a los indicados, el factor determinante para dicho efecto, será el de activos totales.

Parágrafo 2o. Los estímulos beneficios, planes y programas consagrados en la presente ley, se aplicarán igualmente a los artesanos colombianos, y favorecerán el cumplimiento de los preceptos del plan nacional de igualdad de oportunidades para la mujer.

CAPITULO II

Marco institucional

Artículo 3o. Del Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa. El Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa, adscrito al Ministerio de Desarrollo Económico, estará integrado por:

1. El Ministro de Desarrollo Económico o el Viceministro, quien lo presidirá.

2. El Ministro de Comercio Exterior o en su defecto el Viceministro correspondiente.

3. El Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural o en su defecto el Viceministro correspondiente.

4. El Ministro de Trabajo Seguridad Social o en su defecto el Director General del Sena.
5. El Ministro de Medio Ambiente o en su defecto el Viceministro correspondiente.
6. El Director del Departamento Nacional de Planeación o en su defecto el Subdirector.
7. Un representante de las universidades, designado por el Ministro de Desarrollo Económico.
8. El Presidente Nacional de la Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Empresas, Acopi.
9. El Presidente Nacional de la Federación de Comerciantes, Fenalco.
10. El Presidente de la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio, Confecámaras.
11. Un representante, de las organizaciones no gubernamentales dedicadas a la investigación y desarrollo tecnológico de las pequeñas y medianas empresas, designado por el Ministro de Desarrollo Económico.
12. Un representante de los Consejos Regionales de Micro, Pequeña y Mediana Empresa, designado por los mismos Consejos.
13. Un representante de los alcaldes de aquellos municipios en los cuales se encuentre en funcionamiento un plan de desarrollo integral de las pequeñas y medianas empresas, designado por la Federación Colombiana de Municipios.
14. Un representante de los gobernadores de aquellos departamentos en los cuales se encuentre en funcionamiento un plan de desarrollo integral de las pequeñas y medianas empresas, designado por la Conferencia Nacional de Gobernadores.

Parágrafo 1o. La Secretaría Técnica Permanente del Consejo estará a cargo del Director General de Industria del Ministerio de Desarrollo Económico.

Parágrafo 2o. Cuando el Consejo lo estime conveniente, podrá invitar a sus reuniones a representantes de otros organismos estatales o a particulares.

Artículo 4o. Funciones del Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa. El Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa, tendrá las siguientes funciones:

- a) Contribuir a la definición, formulación y ejecución de políticas públicas generales, transversales, sectoriales y regionales de promoción empresarial de las pequeñas y medianas empresas, Pymes;
- b) Analizar el entorno económico, político y social; su impacto sobre las Pymes y sobre la capacidad de estas para dinamizar la competencia en los mercados de bienes y servicios;
- c) Contribuir a la definición, formulación y ejecución de programas de promoción de las Pymes, con énfasis en los referidos al acceso a los mercados de bienes y servicios, formación de capital humano, modernización y desarrollo tecnológico y mayor acceso a los mercados financieros institucionales;

- d) Contribuir a la coordinación de los diferentes programas de promoción de las Pymes que se realicen dentro del marco de los planes de desarrollo y las políticas de gobierno;
- e) Proponer políticas y mecanismos de fortalecimiento de la competencia en los mercados;
- f) Propender por la evaluación periódica de las políticas y programas públicos de promoción de las Pymes, mediante indicadores de impacto y proponer los correctivos necesarios;
- g) Fomentar la conformación y operación de Consejos Regionales de Pequeña y Mediana Empresa, así como la formulación de políticas regionales de desarrollo para dichas empresas;
- h) Fomentar la conformación y operación de Consejos Departamentales para el Desarrollo Productivo, así como la formulación de políticas departamentales de desarrollo de las Pymes, en pro de la competitividad y estimulando cadenas de valor a niveles subregional y sectorial dentro del marco del Plan Nacional de Desarrollo;
- i) Propiciar, en coordinación con el Consejo Superior para la Microempresa, la conformación de Consejos Regionales para el fomento de las micro, pequeñas y medianas empresas y para la promoción de proyectos e inversiones empresariales;
- j) Procurar la activa cooperación entre los sectores público y privado, en la ejecución de los programas de promoción de las pequeñas y medianas empresas;
- k) Estimular el desarrollo de las organizaciones empresariales, la asociatividad y las alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a este sector;
- l) Adoptar sus estatutos internos;
- m) Promover la concertación, con alcaldes y gobernadores, de planes integrales de apoyo a la pequeña y mediana empresa;
- n) Las demás compatibles con su naturaleza, establecidas por la ley o mediante decreto expedido por el Gobierno Nacional en ejercicio de las facultades permanentes consagradas en el numeral 16 de artículo 189 de la Constitución Política, orientadas a la promoción de las pequeñas y medianas empresas en Colombia.

Artículo 5o. Del Consejo Superior de Microempresa. El Consejo Superior de Microempresa, adscrito al Ministerio de Desarrollo Económico, estará integrado por:

1. El Ministro de Desarrollo Económico o el Viceministro, quien lo presidirá.
2. El Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural o en su defecto, el Viceministro correspondiente.
3. El Ministro de Trabajo y Seguridad Social o en su defecto, el Director Nacional del Sena.
4. El Ministro de Medio Ambiente o en su defecto, el Viceministro correspondiente.
5. El Director del Departamento Nacional de Planeación o en su defecto, el Subdirector.
6. Un representante de las universidades, designado por el Ministro de Desarrollo Económico.

7. Dos (2) representantes de las asociaciones de microempresarios, designados por el Ministro de Desarrollo Económico.

8. Dos (2) representantes de las organizaciones no gubernamentales de apoyo a las microempresas, designados por el Ministro de Desarrollo Económico.

9. Un representante de los Consejos Regionales para las micro, pequeñas y medianas empresas, designado por los mismos consejos.

10. Un representante de los alcaldes de aquellos municipios en los cuales se encuentre en funcionamiento un plan de desarrollo integral de las microempresas.

11. Un representante de los gobernadores de aquellos departamentos en los cuales se encuentre en funcionamiento un plan de desarrollo integral de las microempresas.

Parágrafo 1o. La Secretaría Técnica Permanente del Consejo estará a cargo del Director General de Industria del Ministerio de Desarrollo Económico.

Parágrafo 2o. Cuando el Consejo lo estime conveniente, podrá citar a sus reuniones a representantes de otros organismos estatales o a particulares.

Artículo 6o. Funciones del Consejo Superior de Microempresa. El Consejo Superior de Microempresa tendrá las siguientes funciones:

1. Contribuir a la definición y formulación de políticas generales de fomento de la microempresa.

2. Apoyar la articulación de los diferentes programas de fomento de la microempresa, que se ejecuten dentro del marco general de la política del Gobierno.

3. Procurar el establecimiento de medidores o indicadores de impacto de los programas de fomento a la microempresa.

4. Contribuir a la definición y formulación de políticas de desarrollo tecnológico, transferencia de tecnología y mejoramiento de la competitividad de microempresas.

5. Colaborar en la evaluación periódica de los programas de fomento de la microempresa y proponer correctivos.

6. Asesorar al Ministerio de Desarrollo Económico en la estructuración de los programas de fomento de la microempresa.

7. Fomentar, en coordinación con el Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa, la conformación y la operación de Consejos Regionales de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, así como la formulación de políticas regionales de desarrollo para dichas empresas.

8. Fomentar la conformación y la operación de Consejos Departamentales para el Desarrollo Productivo, así como la formulación de políticas departamentales de desarrollo de las microempresas, en pro de la competitividad y estimulando cadenas de valor a niveles subregional y sectorial dentro del marco del Plan Nacional de Desarrollo.

9. Propiciar la conformación de comités municipales para el fomento de las microempresas y para la promoción de proyectos e inversiones empresariales.

10. Procurar la activa cooperación entre los sectores público y privado en la ejecución de los programas de promoción de las microempresas.

11. Adoptar sus estatutos internos.

12. Promover la concertación con alcaldes y gobernadores, de planes integrales de apoyo a la microempresa.

13. Las demás compatibles con su naturaleza, establecidas por la ley o mediante decreto expedido por el Gobierno Nacional en ejercicio de las facultades permanentes consagradas en el numeral 16 del artículo 189 de la Constitución Política, orientadas al fomento de las microempresas en Colombia.

Artículo 7o. Atención a las Mipymes por parte de las entidades estatales. Sin perjuicio de la dirección y diseño de las políticas dirigidas a las Mipymes a cargo del Ministerio de Desarrollo Económico, las entidades estatales integrantes de los Consejos Superiores de Pequeña y Mediana Empresa, y de Microempresa, cuyo objeto institucional no sea específicamente la atención a las Mipymes, así como el Instituto de Fomento Industrial, el Fondo Nacional de Garantías, el Sena, Colciencias, Bancoldex y Proexport establecerán dependencias especializadas en la atención a estos tipos de empresas y asignarán responsabilidades para garantizar la materialidad de las acciones que se emprendan de conformidad con las disposiciones de la presente ley, en el ámbito de sus respectivas competencias.

Parágrafo. Competerá exclusivamente al Ministerio de Desarrollo Económico la Coordinación General de la actividad especializada hacia las Mipymes que desarrollen las entidades de que trata este artículo.

Artículo 8o. Informes sobre acciones y programas. Las entidades estatales integrantes de los Consejos Superiores de Pequeña y Mediana Empresa, y de Microempresa, así como el Instituto de Fomento Industrial, el Fondo Nacional de Garantías, el Sena, Colciencias, Bancoldex y Proexport, informarán anualmente a la Secretaría Técnica de los consejos sobre la índole de las acciones y programas que adelantarán respecto de las Mipymes, la cuantía de los recursos que aplicarán a la ejecución de dichas acciones, programas y resultados de los mismos.

Artículo 9o. Estudio de políticas y programas dirigidos a las Mipymes en el curso de elaboración del proyecto del Plan Nacional de Desarrollo. El Departamento Nacional de Planeación, en coordinación con el Ministerio de Desarrollo Económico, estudiará en el curso de la elaboración del proyecto del Plan Nacional de Desarrollo, la inclusión de políticas y programas de promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Artículo 10. Desarrollo de políticas hacia las Mipymes. El Consejo Nacional de Política Económica y Social, Conpes, recomendará las políticas hacia las micro, pequeñas y medianas empresas a ser puestas en ejecución por el Gobierno Nacional, de conformidad con lo que se establezca en el respectivo Plan Nacional de Desarrollo.

Artículo 11. Registro único de las Mipymes. Con el propósito de reducir los trámites ante el Estado, el registro mercantil y el registro único de proponentes se integrarán en el Registro Único

Empresarial, a cargo de las Cámaras de Comercio, el cual tendrá validez general para todos los trámites, gestiones y obligaciones, sin perjuicio de lo previsto en las disposiciones especiales sobre materias tributarias, arancelarias y sanitarias.

Atendiendo criterios de eficacia, economía, buena fe, simplificación y facilitación de la actividad empresarial, la Superintendencia de Industria y Comercio, regulará la organización y funcionamiento del Registro Unico Empresarial, garantizando que, específicamente, se reduzcan los trámites, requisitos, e información a cargo de las micro, pequeñas y medianas empresas, y que todas las gestiones se puedan adelantar, además, por internet y otras formas electrónicas.

Parágrafo. La regulación que realice la Superintendencia de Industria y Comercio deberá, en todo caso, hacerse en armonía con las disposiciones estatutarias y con las contenidas en códigos, respecto de los registros de que trata el presente artículo.

CAPITULO III

Acceso a mercados de bienes y servicios

Artículo 12. Concurrencia de las Mipymes a los mercados de bienes y servicios que crea el funcionamiento del Estado. Con el fin de promover la concurrencia de las micro, pequeñas y medianas empresas a los mercados de bienes y servicios que crea el funcionamiento del Estado, las entidades indicadas en el artículo 2o. de la Ley 80 de 1993, consultando lo previsto en esa ley y en los convenios y acuerdos internacionales:

1. Desarrollarán programas de aplicación de las normas sobre contratación administrativa y las concordantes de ciencia y tecnología, en lo atinente a preferencia de las ofertas nacionales, desagregación tecnológica y componente nacional en la adquisición pública de bienes y servicios.

2. Promoverán e incrementarán, conforme a su respectivo presupuesto, la participación de micro, pequeñas y medianas empresas como proveedoras de los bienes y servicios que aquéllas demanden.

3. Establecerán, en observancia de lo dispuesto en el artículo 11 de la presente ley, procedimientos administrativos que faciliten a micro, pequeñas y medianas empresas, el cumplimiento de los requisitos y trámites relativos a pedidos, recepción de bienes o servicios, condiciones de pago y acceso a la información, por medios idóneos, sobre sus programas de inversión y de gasto.

4. Las entidades públicas del orden nacional, departamental y municipal, preferirán en condiciones de igual precio, calidad y capacidad de suministros y servicio a las Mipymes nacionales.

Parágrafo. El incumplimiento de los deberes de que trata el presente artículo por parte de los servidores públicos constituirá causal de mala conducta.

Artículo 13. Orientación, seguimiento y evaluación. El Ministerio de Desarrollo Económico, con el apoyo de las redes de subcontratación, orientará, hará seguimiento y evaluará el cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 12 de la presente ley, formulará recomendaciones sobre la materia y dará traslado a las autoridades competentes cuando se evidencia el incumplimiento de lo previsto en dicho artículo.

Artículo 14. Promoción. Las entidades públicas del orden nacional y regional competentes, los departamentos, municipios y distritos promoverán coordinadamente, la organización de ferias locales y nacionales, la conformación de centros de exhibición e información permanentes, y otras actividades similares para dinamizar mercados en beneficio de las Mipymes.

Parágrafo. El Ministerio de Desarrollo Económico expedirá y promoverá una política en materia de ferias y exposiciones.

Artículo 15. Políticas y programas de comercio exterior. El Consejo Superior de Comercio Exterior estudiará y recomendará al Gobierno Nacional, cuando fuere el caso, la adopción de políticas y programas de comercio exterior y de promoción de exportaciones dirigidos hacia las micro, pequeñas y medianas empresas.

Artículo 16. Prácticas restrictivas. La Superintendencia de Industria y Comercio, con el fin de evitar que se erijan barreras de acceso a los mercados o a los canales de comercialización para las Mipymes, investigará y sancionará a los responsables de tales prácticas restrictivas.

Para este propósito, se adiciona el artículo 47 del Decreto 2153 de 1992 con el siguiente numeral:

"10. Los que tengan por objeto o tengan como efecto impedir a terceros el acceso a los mercados o a los canales de comercialización", y

El artículo 50 del Decreto 2153 de 1992, con el siguiente numeral:

"6. Obstruir o impedir a terceros, el acceso a los mercados o a los canales de comercialización".

CAPITULO IV

Desarrollo tecnológico y talento humano

Artículo 17. Del Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las Micro, pequeñas y medianas empresas, Fomipyme. Créase el Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las micro, pequeñas y medianas empresas, Fomipyme, como una cuenta adscrita al Ministerio de Desarrollo Económico, manejada por encargo fiduciario, sin personería jurídica ni planta de personal propia, cuyo objeto es la financiación de proyectos, programas y actividades para el desarrollo tecnológico de las Mipymes y la aplicación de instrumentos no financieros dirigidos a su fomento y promoción.

Parágrafo. El Fomipyme realizará todas las operaciones de cofinanciación necesarias para el cumplimiento de su cosa.

Artículo 18. Estructura del Fomipyme. El Fomipyme tendrá las siguientes subcuentas:

1. Subcuenta para las microempresas cuya fuente será los recursos provenientes del Presupuesto Nacional.
2. Subcuenta para las pequeñas y medianas empresas, cuyas fuentes serán el Fondo de Productividad y Competitividad y los recursos provenientes del Presupuesto Nacional.

De igual forma, estas subcuentas se podrán nutrir con aportes o créditos de organismos multilaterales de desarrollo, así como de donaciones, herencias o legados.

Parágrafo. Durante los diez (10) años siguientes a la fecha de entrada en vigencia de la presente ley, se asignará, de los recursos del Presupuesto Nacional, una suma anual equivalente a veinte mil millones de pesos (\$20.000.000.000), con el fin de destinarlos al Fomipyme. La partida presupuestal de que trata este artículo no podrá ser objeto en ningún caso de recortes presupuestales. A partir del año dos mil dos (2002), la partida se indexará según el salario mínimo legal vigente.

Artículo 19. Independencia de los recursos de las subcuentas del Fomipyme. Los recursos del Fomipyme se manejarán de manera independiente dentro de cada subcuenta y se destinarán exclusivamente a las finalidades consagradas para éstas en la ley. Los intereses y rendimientos financieros que produzca cada una de ellas se incorporarán a la respectiva subcuenta, previo el cumplimiento de las normas presupuestales que les sean aplicables.

Artículo 20. Administración de las subcuentas. Cada una de las subcuentas que compone el Fomipyme deberá ser administrada mediante encargo fiduciario.

Artículo 21. Dirección del Fomipyme. La dirección y control integral del Fomipyme está a cargo del Ministerio de Desarrollo Económico, quien garantizará el adecuado cumplimiento de sus objetivos. Para estos efectos el Ministerio de Desarrollo Económico, deberá contratar una auditoría especializada en manejo financiero, de gestión y demás aspectos que se consideren necesarios.

Artículo 22. Integración del Consejo Administrador del Fomipyme. El Consejo Administrador del Fomipyme, estará integrado por:

1. El Ministro de Desarrollo Económico, quien lo presidirá personalmente o por delegación en el Viceministro de Desarrollo Económico.
2. El Ministro de Comercio Exterior o su delegado.
3. El Director del Departamento Nacional de Planeación o su delegado.
4. El Presidente del Instituto de Fomento Industrial, IFI.
5. Tres (3) de los integrantes del Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa, designados por el Ministerio de Desarrollo Económico.
6. Dos (2) de los integrantes del Consejo Superior de Microempresa, designados por el Ministerio de Desarrollo Económico.

Artículo 23. Funciones del Consejo Administrador del Fomipyme. El Consejo Administrador del Fomipyme tendrá las siguientes funciones:

1. Determinar los criterios de utilización y distribución de los recursos del Fomipyme.
2. Aprobar el presupuesto anual de ingresos y gastos del Fomipyme presentado a su consideración por el Ministerio de Desarrollo Económico, así como sus modificaciones. Allí se indicarán de forma global los requerimientos presupuestales por concepto de apoyo técnico, auditoría y

remuneraciones fiduciarias necesarios para garantizar el manejo integral del Fomipyme y se detallarán los ingresos y gastos de cada una de las subcuentas.

3. Aprobar anualmente los criterios de distribución de los excedentes existentes a 31 de diciembre de cada año, en cada una de las subcuentas del Fomipyme, de conformidad con la ley y con los reglamentos internos.

4. Estudiar los informes sobre el Fomipyme que le sean presentados periódicamente por el Ministerio de Desarrollo Económico, y señalar los correctivos que, a su juicio, sean convenientes para su normal funcionamiento.

5. Estudiar los informes presentados por el Ministerio de Desarrollo Económico y hacer las recomendaciones pertinentes para el adecuado cumplimiento y desarrollo de los objetivos del Fondo.

6. Determinar los eventos para los cuales el Fomipyme organizará fondos de capital de riesgo, y los mecanismos necesarios para su funcionamiento, priorizando proyectos ubicados en las regiones con mayor NBI y/o liderados por población vulnerable como mujeres cabeza de hogar, desplazados por la violencia, comunidades de frontera y reservas campesinas.

7. Aprobar el manual de operaciones del Fomipyme.

8. Determinar los eventos para los cuales el Fomipyme permitirá el acceso de las entidades de microfinanciamiento a los recursos del Fondo en los términos de la presente ley.

9. Las demás que le señale la ley y sus reglamentos.

Artículo 24. Del Fondo de Inversiones de capital de riesgo de las micro, pequeñas y medianas empresas rurales, Emprender. Créase el Fondo de Inversiones de capital de riesgo de las micro, pequeñas y medianas empresas rurales, Emprender, como una cuenta adscrita al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, sin personería jurídica, la cual se manejará de manera independiente de los demás recursos del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, cuyo objeto es apoyar a los micro, pequeños y medianos productores asentados en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de Mipymes rurales, mediante el aporte de capital social y el financiamiento de la preinversión, en asocio con los productores y las entidades territoriales.

Parágrafo. El Gobierno Nacional reglamentará la operación del Fondo.

Artículo 25. Estructura del Fondo de inversiones de capital de riesgo de las micro, pequeñas y medianas empresas rurales, Emprender. El Fondo Emprender se conformará con los recursos provenientes del Presupuesto General de la Nación, con los aportes o créditos de organismos nacionales o multilaterales de desarrollo con donaciones, herencias o legados, con las utilidades generadas por las sociedades donde participe y con la venta del capital social que le pertenezca al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, en cualquier sociedad y a cualquier título.

Artículo 26. Sistemas de información. A partir de la vigencia de esta ley, el Ministerio de Desarrollo Económico estimulará y articulará los Sistemas de Información que se constituyan en instrumentos de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa y en alternativas de identificación de oportunidades de desarrollo tecnológico, de negocios y progreso integral de las mismas.

Artículo 27. Conservación del medio ambiente. Las entidades integrantes del Sistema Nacional Ambiental, SINA, promoverán, a partir de la vigencia de la presente ley, el desarrollo de proyectos, programas y actividades orientados a facilitar el acceso de las Mipymes, a la producción más limpia, la transferencia de tecnologías ambientalmente sanas, y el conocimiento y cumplimiento de las normas de protección y conservación del medio ambiente.

Artículo 28. Trámites ambientales. Las entidades integrantes del Sistema Nacional Ambiental, SINA, adoptarán las disposiciones conducentes a la flexibilización de los trámites para la obtención de las licencias ambientales en proyectos de las Mipymes.

Artículo 29. Incorporación al Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología y Red de Centros de Desarrollo Tecnológico. Los Centros de Desarrollo Productivo al servicio de la microempresa y los Centros de Investigación al servicio de las Mipymes, se incorporan al Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología y a la Red de Centros de Desarrollo Tecnológico coordinada por Colciencias.

Artículo 30. Agrupaciones empresariales. El Gobierno Nacional propugnará el establecimiento de parques industriales, tecnológicos, centros de investigación, incubadoras de empresas, centros de desarrollo productivo, centros de investigación, centros de desarrollo tecnológico y bancos de maquinaria, para el fomento de las Mipymes.

Parágrafo. Entre otros mecanismos a cargo de las entidades estatales para dar cumplimiento a lo previsto en el presente artículo, las entidades estatales en proceso de liquidación o reestructuración, podrán reasignar bienes improductivos; el Consejo Nacional de Estupefacientes podrá asignar, en forma provisional o permanente, los bienes objeto de declaratoria de extinción del derecho de dominio, para dar cumplimiento a lo establecido en el presente artículo. Tal destinación podrá darse, por parte de las entidades competentes, a aquellos bienes decomisados o incautados

Artículo 31. Programas educativos para Mipymes y de creación de empresas. Las universidades e institutos técnicos y tecnológicos, sin perjuicio de su régimen de autonomía, tendrán en cuenta lo dispuesto en la presente ley a efecto de establecer diplomados, programas de educación no formal, programas de extensión y cátedras especiales para las Mipymes y a promover la iniciativa empresarial.

Artículo 32. Consejos Consultivos para el relacionamiento de la educación media con el sector empresarial. Los establecimientos de educación media, en todas las modalidades, crearán Consejos Consultivos para el relacionamiento con el sector empresarial, con delegados de las entidades aglutinantes de las Mipymes y/o con empresarios de la región, municipio o comunidad donde se localice el establecimiento educativo.

Conc.: Decreto 400 de 2001

Artículo 33. Participación del Icetex. En desarrollo de sus funciones, el Icetex destinará recursos y programas a facilitar la formación y el desarrollo del capital humano vinculado a las Mipymes. Para tal efecto, el Gobierno Nacional expedirá la reglamentación correspondiente.

CAPITULO V

Acceso a mercados financieros

Artículo 34. Préstamos e inversiones destinados a las Mipymes. Para efectos de lo previsto en el artículo 6o. de la Ley 35 de 1993, cuando el Gobierno Nacional verifique que existen fallas del mercado u obstáculos para la democratización del crédito, que afecten a las micro, pequeñas y medianas empresas, en coordinación con la Junta Directiva del Banco de la República podrá determinar temporalmente la cuantía o proporción mínima de los recursos del sistema financiero que, en la forma de préstamos o inversiones, deberán destinar los establecimientos de crédito al sector de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Artículo 35. Democratización del crédito. El Gobierno Nacional tendrá, con relación a las Mipymes, las funciones de formular políticas de democratización del crédito y financiamiento para el establecimiento de nuevas empresas, promover la competencia entre los intermediarios financieros, determinar la presencia de fallas de mercado que obstaculicen el acceso de estas empresas al mercado financiero institucional y adoptar los correctivos pertinentes, dentro del marco de sus competencias.

Parágrafo. Para tal fin el gobierno Nacional reglamentará la incorporación de estímulos e incentivos para que el sistema financiero coloque recursos importantes de crédito en apoyo de las Mipymes.

Artículo 36. Democratización accionaria. El Gobierno Nacional estimulará la capitalización de las Mipymes, propiciando la democratización accionaria.

Artículo 37. Adquisición de títulos de emisión colectiva por parte de los Fondos de Pensiones. Los Fondos de Pensiones podrán adquirir títulos de emisión colectiva por grupos organizados de Mipymes que a su vez, obtengan el respaldo de emisores debidamente inscritos y registrados, y de conformidad con las disposiciones que regulan dichos fondos.

Parágrafo. El Gobierno Nacional promoverá la asociatividad de las Mipymes con el fin de consolidar su acceso al mercado de capitales.

Artículo 38. Líneas de crédito. El Gobierno Nacional propiciará el establecimiento de líneas de crédito para la capitalización empresarial, como instrumento para mejorar la relación entre el capital social y el pasivo externo de las compañías pertenecientes al estrato de las Mipymes.

Artículo 39. Sistemas de microcrédito. Con el fin de estimular las actividades de microcrédito, entendido como el sistema de financiamiento a microempresas, dentro del cual el monto máximo por operación de préstamo es de veinticinco (25) salarios mínimos mensuales legales vigentes sin que, en ningún tiempo, el saldo para un solo deudor pueda sobrepasar dicha cuantía autorizase a los intermediarios financieros y a las organizaciones especializadas en crédito microempresarial, para cobrar honorarios y comisiones, de conformidad con las tarifas que autorice el Consejo Superior de Microempresa, no repuntándose tales cobros como intereses, para efectos de lo estipulado en el artículo 68 de la Ley 45 de 1990.

Con los honorarios se remunerará la asesoría técnica especializada al microempresario, en relación con la empresa o actividad económica que desarrolle así como las visitas que deban realizarse para verificar el estado de dicha actividad empresarial; y con las comisiones se remunerará el estudio de la operación crediticia, la verificación de las referencias de los codeudores y la cobranza especializada de la obligación.

Conc.: Decreto 2778 de 2001

Artículo 40. Condiciones especiales de crédito a empresas generadoras de empleo. El Fondo Nacional de Garantías S. A. podrá otorgar condiciones especiales de garantía a empresas especialmente generadoras de empleo, por un ochenta por ciento (80%) del valor del crédito requerido para el emprendimiento, de conformidad con el reglamento que expida el Gobierno Nacional.

Parágrafo. El Gobierno Nacional establecerá condiciones especiales que permitan al Fondo Nacional de Garantías, la venta de los bienes recibidos como dación en pago, con el fin de volverlos líquidos a la mayor brevedad, y así otorgar nuevamente, con esos recursos, garantías a las micro, pequeñas y medianas empresas Mipymes.

CAPITULO VI

Creación de empresas

Artículo 41. Destinación de los recursos del artículo 51 de la Ley 550 de 1999. Serán beneficiarios de los recursos destinados a la capitalización del Fondo Nacional de Garantías, prevista en el artículo 51 de la Ley 550 de 1999, todas las micro, pequeñas y medianas empresas, sin que para ello sea necesario que se acojan a lo establecido en dicha ley.

Artículo 42. Regímenes tributarios especiales. Los municipios, los distritos y departamentos podrán establecer regímenes especiales sobre los impuestos, tasas y contribuciones del respectivo orden territorial con el fin de estimular la creación y subsistencia de Mipymes. Para tal efecto podrán establecer, entre otras medidas, exclusiones, períodos de exoneración y tarifas inferiores a las ordinarias.

Artículo 43. Estímulos a la creación de empresas. Los aportes parafiscales destinados al Sena, el ICBF y las Cajas de Compensación Familiar, a cargo de las micro, pequeñas y medianas empresas que se constituyan e instalen a partir de la promulgación de la presente ley, serán objeto de las siguientes reducciones:

1. Setenta y cinco por ciento (75%) para el primer año de operación.
2. Cincuenta por ciento (50%) para el segundo año de operación; y
3. Veinticinco por ciento (25%) para el tercer año de operación.

Parágrafo 1o. Para los efectos de este artículo, se considera constituida una micro, pequeña o mediana empresa en la fecha de la escritura pública de constitución, en el caso de las personas jurídicas, y en la fecha de registro en la Cámara de Comercio, en el caso de las demás Mipymes.

Así mismo, se entiende instalada la empresa cuando se presente memorial dirigido a la Administración de Impuestos y Aduanas respectiva, en la cual manifieste lo siguiente:

- a) Intención de acogerse a los beneficios que otorga este artículo;
- b) Actividad económica a la que se dedica;

- c) Capital de la empresa;
- d) Lugar de ubicación de la planta física o inmueble donde se desarrollará la actividad económica;
- e) Domicilio principal.

Parágrafo 2o. No se consideran como nuevas micro, pequeñas o medianas empresas, ni gozarán de los beneficios previstos en este artículo, las que se hayan constituido con anterioridad a la fecha de promulgación de la presente ley, aunque sean objeto de reforma estatutaria o de procesos de escisión o fusión con otras Mipymes.

Parágrafo 3o. Quienes suministren información falsa con el propósito de obtener los beneficios previstos en el presente artículo deberán pagar el valor de las reducciones de las obligaciones parafiscales obtenidas, y además una sanción correspondiente al doscientos por ciento (200%) del valor de tales beneficios, sin perjuicio de las sanciones penales a que haya lugar.

Artículo 44. Programa de jóvenes emprendedores. El Gobierno Nacional formulará políticas para fomentar la creación de empresas gestionadas por jóvenes profesionales, técnicos y tecnólogos.

El Gobierno Nacional, expedirá las disposiciones reglamentarias para dar materialidad a lo previsto en este artículo.

Artículo 45. Líneas de crédito para creadores de empresa. El Instituto de Fomento Industrial y el Fondo Nacional de Garantías establecerán, durante el primer trimestre de cada año el monto y las condiciones especiales para las líneas de crédito y para las garantías dirigidas a los creadores de micro, pequeñas y medianas empresas.

Artículo 46. Adicionase con el siguiente parágrafo, el artículo 1o. de la Ley 550 de 1999:

Parágrafo 3o. Los acuerdos concordatarios celebrados entre una persona natural comerciante, debidamente matriculada en el registro mercantil, y sus acreedores, que sean aprobados por el juez civil del circuito competente, de conformidad con la Ley 222 de 1995, tendrán los efectos legales previstos en el artículo 34 de la Ley 550 de 1999 y, en general, darán lugar a la aplicación de todas las normas legales y reglamentarias correspondientes a empresas en cuyo favor se haya celebrado un acuerdo de reestructuración, incluyendo las disposiciones de carácter tributario y laboral, únicamente en lo que se refiera a obligaciones y actos del comerciante relacionados con sus actividades o empresas de comercio, y contraídos o ejecutados para asegurar el cumplimiento de obligaciones contraídas en desarrollo de tales actividades.

Artículo 47. La presente ley rige a partir de la fecha de su promulgación y deroga las disposiciones que le sean contrarias, en especial la Ley 78 de 1988.

El Presidente del honorable Senado de la República,
Miguel Pinedo Vidal.

El Secretario General del honorable Senado de la República,
Manuel Enríquez Rosero.

La Presidenta de la honorable Cámara de Representantes,
Nancy Patricia Gutiérrez Castañeda.

El Secretario General de la honorable Cámara de Representantes,

Gustavo Bustamante Moratto.

REPUBLICA DE COLOMBIA GOBIERNO NACIONAL

Publíquese y ejecútese.

Dada en Santa Fe de Bogotá, D. C., a 10 de julio de 2000.

ANDRES PASTRANA ARANGO

El Ministro de Hacienda y Crédito Público,
Juan Camilo Restrepo Salazar.

El Ministro de Desarrollo Económico,
Jaime Alberto Cabal Sanclemente.

La Viceministra de Comercio Exterior, encargada de las funciones del Despacho de la Ministra de Comercio Exterior,
Angela María Orozco Gómez.

DIARIO OFICIAL
Santafé de Bogotá, Miércoles 12 de julio de 2000
Año CXXXV No. 44.078
Biblioteca Jurídica Digital

ANEXO 09.

DECRETO 229 FEBRERO 01 DE 1995.

DIARIO OFICIAL. AÑO CXXX. N.41702. 3, FEBRERO, 1995. PAG.3

DECRETO NUMERO 229 DE 1995 (febrero 1°) por el cual se reglamenta el Servicio Postal.

El Presidente de la República de Colombia, en uso de las facultades que le confiere el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución Política y en especial, los artículos 1° del Decreto 2122 de 1992 y el 37 de la Ley 80 de 1993,

DECRETA:

CAPITULO I

DEFINICIONES

Artículo 1° Servicios Postales. Se entiende por servicios postales, el servicio público de recepción, clasificación y entrega de envíos de correspondencia y otros objetos postales. Los servicios postales comprenden la prestación del servicio de correos nacionales e internacionales y del servicio de mensajería especializada.

Artículo 2° Envíos de correspondencia y otros objetos postales. Se entiende por envíos de correspondencia y otros objetos postales, las cartas, las tarjetas postales, los aerogramas, las facturas, los extractos de cuentas, los recibos de toda clase, los impresos, los periódicos, los envíos publicitarios, cecogramas, las muestras de mercaderías, los pequeños paquetes, y los demás objetos que cursen por las redes postales del servicio de correos y del servicio de mensajería especializada, hasta dos (2) kilogramos de peso.
Artículo

3° Red oficial. La red oficial de correos se encuentra constituida por todos los recursos utilizados para la admisión, clasificación, y entrega de los envíos de correspondencia y otros objetos postales, que autorice el Ministerio de Comunicaciones para la prestación de los servicios de correos nacionales e internacionales mediante contrato de concesión. Toda concesión para la prestación de servicios de correos deberá incluir la aprobación de una red oficial que garantice la universalidad del servicio.

Artículo 4° Servicios de correo. Se entiende por servicios de correo la prestación de los servicios de giros postales y telegráficos, así como el recibo, clasificación y entrega de envíos de correspondencia y otros objetos postales, transportados por las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, debidamente autorizadas por concesión otorgada mediante contrato, por el Ministerio de Comunicaciones vía superficie y/o aérea a través de la red oficial de correos, dentro del territorio nacional e internacional.

Parágrafo 1. En la prestación del servicio de correo nacional, se incluye el servicio de correos urbanos, entendido como aquel que es prestado en el mismo municipio, área metropolitana o distrito de admisión de los envíos.

Parágrafo 2. El servicio de correo internacional, se prestará en concordancia con los convenios y acuerdos suscritos por la Nación con la Unión Postal Universal y con los países miembros.

Parágrafo 3. El Ministerio de Comunicaciones determinará las zonas y rutas de correo social, rural y urbano, donde no resulte económicamente posible la prestación del servicio. En estos casos el Ministerio contratará, con cargo al Fondo de Comunicaciones, la prestación de este servicio con el concesionario de correo que ofrezca mejores condiciones económicas y de calidad, dadas las tarifas fijadas por el Ministerio.

Artículo 5°. Servicios especiales y financieros de correos. Los servicios especiales de correos estarán a cargo de los concesionarios de los servicios de correos y comprenden los servicios tradicionales de correo recomendado o certificado, asegurado, de entrega inmediata, de correo expreso, apartados postales, lista de correos, respuesta comercial, acuse de recibo, cupón de respuesta internacional, solicitud de devolución o modificación de dirección, almacenaje, así como los nuevos servicios que implementen los concesionarios en orden a ofrecer un servicio de alta calidad que satisfaga los requerimientos de los usuarios.

De igual manera, los servicios financieros de correos que comprenden el servicio de cartas, impresos, paquetes y encomiendas con valor declarado y la prestación del servicio de giros postales y telegráficos, serán prestados por los concesionarios de los servicios de correos.

Artículo 6°. Servicios de mensajería especializada. Se entiende por servicio de mensajería especializada, la clase de servicio postal prestado con independencia de las redes postales oficiales del correo nacional e internacional, que exige la aplicación y adopción de características especiales, para la recepción, recolección y entrega personalizada de envíos de correspondencia y demás objetos postales, transportados vía superficie y/o aérea, en el ámbito nacional y en conexión con el exterior.

Parágrafo. Las características especiales que deben cumplir los servicios de mensajería especializada son:

a. Registro individual de cada envío. Todo envío de mensajería especializada debe tener un número de identificación individual.

b. Recolección a domicilio. Si el cliente lo solicita, el servicio de mensajería debe efectuar la recolección en el domicilio del usuario o cliente solicitante.

c. Admisión. El servicio de mensajería debe expedir un recibo de admisión o guía, por cada envío, en el cual debe constar:

- - Número de identificación del envío.
- Fecha y hora de admisión.
- Peso del envío en gramos.
- Valor del servicio.
- Nombre y dirección completa del remitente y destinatario.
- Fecha y hora de entrega.

d. Curso del envío. Todo envío de mensajería debe cursar, con una copia del recibo de admisión o guía, adherido al envío.

e. Tiempo de entrega. Los envíos de mensajería especializada se caracterizan por la rapidez en la entrega. El servicio de mensajería debe prestarse en condiciones normales con unos tiempos de entrega no superiores a:

- Veinticuatro (24) horas en servicio urbano.
- Cuarenta y ocho (48) horas en servicio nacional a cualquier lugar del país.
- Noventa y seis (96) horas en servicio internacional.

f. Prueba de entrega. El cliente usuario del servicio de mensajería especializada, puede exigir la prueba de entrega del envío, donde consta fecha y hora de entrega y firma e identificación de quien recibe.

CAPITULO II

GARANTÍAS DE LOS SERVICIOS POSTALES

Artículo 7°. Auxilio y protección al servicio postal. Las autoridades de la República darán las garantías y auxilios necesarios que requieran las entidades prestatarias de los servicios postales.

Artículo 8°. Libertad e inviolabilidad de los envíos de correspondencia. La libertad de inviolabilidad de los envíos de correspondencia constituyen las garantías fundamentales de los servicios postales, reconocidas por el artículo 15 de la Constitución Política.

Artículo 9°. La libertad de la correspondencia. La libertad de la correspondencia del servicio postal implica que dentro del territorio nacional, ésta puede circular libremente sin que pueda ser interceptado o restringido su tránsito, salvo en los casos y con las formalidades que establezcan la Constitución y la ley.

Artículo 10. Inviolabilidad de la correspondencia. La correspondencia del servicio postal y demás formas de comunicación privada son inviolables. No se podrá atentar contra el secreto que pudiera contener y sólo puede ser interceptada y registrada, mediante orden judicial, en los casos y con las formalidades que establezcan la Constitución y la ley, sin perjuicio de las sanciones penales establecidas por la violación ilícita de la correspondencia.

Artículo 11. Excepciones al derecho fundamental. No constituye violación a las garantías del servicio postal, la interceptación originada por mandato de autoridad judicial y la intervención aduanera en los envíos postales, actuación que estará regida por la ley.

CAPITULO III

DEL MINISTERIO DE COMUNICACIONES

Artículo 12. Competencia del Ministerio de Comunicaciones. El Ministerio de Comunicaciones ejercerá, a nombre de la Nación, la titularidad de los servicios postales y, en virtud de tal facultad, dirigirá, planificará y vigilará los servicios, otorgará concesiones y licencias para la prestación de los servicios postales y, sin perjuicio de las funciones asignadas al Ministerio de Relaciones Exteriores, representará al Estado ante todos los Organismos Internacionales del orden postal, de conformidad con los Tratados y Convenios Internacionales ratificados por Colombia.

En cumplimiento de sus funciones, a través de sus dependencias competentes, el Ministerio de Comunicaciones estudiará los aspectos técnicos operativos y económicos de la solicitudes que se presenten para el establecimiento de servicios postales y controlará el cumplimiento de las condiciones y términos de su prestación; coordinará las actividades que permitan determinar y verificar la calidad y eficiencia de los

servicios, así como el desarrollo de los contratos de gestión y programas sociales en el campo postal que se suscriban con los concesionarios; llevará y mantendrá actualizado el registro de concesiones y licencias; expedirá los reglamentos de control respectivo; practicará visitas de orden técnico y contable y adelantará las actuaciones administrativas sobre las presuntas violaciones a las normas y reglamentos, del servicio postal.

CAPITULO IV

DE LAS CONCESIONES Y LICENCIAS

Artículo 13. Formas de contratación. La prestación del servicio de correo nacional e internacional se concederá mediante contrato, previa licitación pública, por el procedimiento de selección objetiva. La prestación del servicio de mensajería especializada se concederá directamente mediante licencia.

Artículo 14. Selección objetiva y otorgamiento de los contratos de concesión para el servicio de correo nacional. La prestación del servicio de correo nacional, vía superficie y aérea, se concederá mediante contrato con personas naturales y jurídicas, a través de licitación conforme a la estructura procedimental de selección objetiva y con arreglo a los principios de transparencia, y responsabilidad, de que trata la Ley 80 de 1993. La adjudicación se hará en consideración a factores tales como infraestructura física y técnica, organización administrativa y operativa, calidad y cobertura del servicio.

El Ministerio de Comunicaciones dentro del pliego de condiciones de la licitación establecerá las calidades y requisitos de los concesionarios y las condiciones del servicio de correo nacional, teniendo en cuenta, entre otros factores:

1. Debe tratarse de personas jurídicas debidamente constituidas en Colombia, con domicilio en el país. Las sociedades que sean concesionarias para la prestación del servicio de correos estarán sometidas a la inspección de la Superintendencia de Sociedades.
2. Debe tratarse de personas jurídicas cuyo objeto social incluya la prestación de servicios postales.
3. El concesionario no debe estar incurso en las causales de incompatibilidad, inhabilidad y prohibiciones contempladas en el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública.
4. Los proponentes deberán cumplir al menos con las siguientes condiciones:
 - a) Cobertura del servicio. Los proponentes deberán garantizar la prestación del servicio en todo el territorio nacional, de acuerdo con los planes de cubrimiento establecidos por el Ministerio de Comunicaciones.
 - b) Calidad del servicio. Los proponentes deberán cumplir como mínimo con las especificaciones de calidad que establezca el Ministerio de Comunicaciones.
 - c) Organización administrativa y operativa. Los proponentes deberán acreditar que disponen de una organización administrativa y operativa que les permita prestar el servicio de manera adecuada.
 - d) Infraestructura física y técnica. Los proponentes deberán contar con la infraestructura física y técnica necesaria que les permita dar cumplimiento a los servicios que ofrezcan.
 - e) Red postal. Los proponentes deberán acreditar la disponibilidad de una red postal y el correspondiente plan de admisión, clasificación, transporte y entrega de los envíos.

Artículo 15. Contratación directa. La Administración Postal Nacional prestará el servicio de correos nacional e internacional, a través de concesiones que le otorgará el Ministerio de Comunicaciones, mediante contratación directa.

Parágrafo 1°. Mientras se celebra el respectivo contrato de concesión, y durante un período no mayor a dos (2) meses, contados a partir de la vigencia del presente Decreto, la Administración Postal Nacional continuará prestando el servicio de correos en las condiciones y términos vigentes a la fecha de expedición del presente Decreto.

Parágrafo 2°. Las demás concesiones para la prestación del servicio de correo nacional se otorgarán a partir del 1° de marzo de 1998.

Artículo 16. Ingresos internacionales. La totalidad de los ingresos por concepto de gastos terminales y tránsito, cuentas de encomiendas internacionales y cupones de respuesta, le corresponderá al concesionario de los servicios postales de correo internacional. Las cuentas internacionales serán tramitadas en la Oficina Internacional de la Unión Postal Universal o con las Administraciones Postales de los países miembros, directamente por los prestatarios del servicio, sin perjuicio de las funciones de inspección y vigilancia de los servicios y de la facultad de intervención que ejercerá el Ministerio de Comunicaciones, en su calidad de titular de los servicios postales, de conformidad con los tratados y Convenios Internacionales ratificados por Colombia.

Artículo 17. Otorgamiento de la licencia para el servicio de mensajería especializada. La prestación del servicio de mensajería especializada nacional, y en conexión con el exterior, se concederá directamente, en régimen de libre competencia, a personas naturales o jurídicas, mediante licencia, con arreglo a los principios de transparencia, economía y responsabilidad de que trata la Ley 80 de 1993.

Para el otorgamiento de la licencia se deberá cumplir con los siguientes requisitos:

1. Solicitud escrita, donde se deberá informar en forma clara y precisa, sobre las siguientes características esenciales del servicio, y a portar lo siguiente:

a) Clase de mensajería especializada que prestará la empresa, nacional y/o en conexión con el exterior.

b) Localidades del país y países desde y hacia donde se prestará el servicio.

c) Razón social y nombre con el que se distinguirá el servicio.

d) Tiempo de entrega que ofrecerá a los usuarios. En ningún caso los tiempos de entrega que se ofrezcan podrán ser superiores a los exigidos en el artículo 6° del presente Decreto.

e) Una póliza de seguros o una garantía bancaria, expedida por una compañía de seguros o entidad debidamente constituida y autorizada por la Superintendencia Bancaria que garantice la admisión, transporte y entrega de los envíos en concordancia con el artículo 6° del presente Decreto, así como los daños y perjuicios a que puedan tener derecho los usuarios del servicio, por un monto de por lo menos trescientos (300) salarios mínimos legales mensuales vigentes por el término de la concesión y un año más.

El monto que cubre la póliza de que trata este literal deberá mantenerse siempre vigente. Su incumplimiento dará lugar, en cualquier caso, a la cancelación de la licencia.

f) Clase de garantías que ampararán el pago de indemnizaciones, incluido el servicio asegurado, cuando el cliente o usuario así lo requiera.

g) Descripción de la organización administrativa y operativa, infraestructura física y técnica; recursos humanos y esquema del plan de recolección, admisión, transporte y distribución.

2. Acreditar ser persona natural o jurídica, consorcio o unión temporal inscrita en la Cámara de Comercio, cuya actividad mercantil u objeto social contemple la prestación de los servicios de mensajería especializada, con un capital social, suscrito y pagado, no inferior a trescientos (300) salarios mínimos legales mensuales.

3. Ser capaz para contratar y no estar incurso en las causales de incompatibilidad, inhabilidad y prohibiciones, de que trata el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública.

Artículo 18. Término de duración y ampliación del cubrimiento inicialmente autorizado. Las concesiones y licencias serán otorgadas por un término de cinco (5) años, prorrogables por un lapso igual al inicial. Para que los concesionarios o licenciatarios puedan ampliar el cubrimiento inicialmente autorizado, requerirán permiso previo del Ministerio de Comunicaciones.

Artículo 19. Cesión. Toda cesión de los derechos otorgados a particulares por la concesión o licencia de los servicios postales, deberá ser previamente autorizada por el Ministerio de Comunicaciones. Esta en ningún caso se producirá antes de transcurridos dos (2) años de su otorgamiento, y el cesionario deberá brindar las mismas condiciones y garantías de servicios del cedente.

Artículo 20. Contratación con terceros. Los concesionarios o licenciatarios de los servicios postales podrán contratar con terceros y bajo su responsabilidad e identificación, algunas de las actividades operativas necesarias para la prestación del servicio, previa autorización del Ministerio de Comunicaciones.

Artículo 21. Transparencia al mercado. Las empresas concesionarias y licenciatarias de los servicios postales deberán divulgar sus tarifas y condiciones de los servicios, en un medio de comunicación escrita, con una periodicidad no inferior a dos (2) veces anuales.

Las empresas concesionarias y licenciatarias deberán colocar en todas sus oficinas de atención al público, en lugares de notoria visibilidad para los usuarios, la lista de las tarifas y las condiciones de los servicios que presten.

Parágrafo. El incumplimiento de lo consagrado en el presente artículo será considerado por el Ministerio de Comunicaciones como una falla en la prestación de los servicios postales.

Artículo 22. Franquicias postales y servicios de correo social. Los concesionarios del servicio de correo nacional prestarán el servicio de correo para las franquicias postales ordenadas por la ley.

CAPITULO V

CÁNONES Y TARIFAS

Artículo 23. Cánones del servicio de correos. Los concesionarios del servicio de correos pagarán al Fondo de Comunicaciones por concepto del canon de la concesión, las siguientes sumas:

a) Por concepto del otorgamiento de la licencia, la suma que corresponda de acuerdo con la propuesta económica presentada en sus ofertas, con base en las condiciones que establezca en los pliegos el Ministerio de Comunicaciones para la licitación.

b) Por concepto de uso de las licencias, una suma equivalente al 4% de sus ingresos brutos de explotación de acuerdo con el párrafo 2° del artículo 15 del presente Decreto. La cual debe ser pagada en forma trimestral.

Parágrafo. El anterior canon por concepto de uso de las licencias también debe ser pagado por la Administración Postal Nacional, Adpostal, cuando se otorgue concesión de este servicio a otro operador.

Artículo 24. Cánones del servicio de mensajería especializada. Todas las personas naturales o jurídicas que obtengan concesión para la prestación del servicio postal de mensajería especializada, pagarán al fondo de Comunicaciones:

a) Por concepto del otorgamiento de la licencia, una suma equivalente a veinte (20) salarios mínimos legales mensuales.

b) Por concepto de uso de las licencias, el 4% de sus ingresos brutos de explotación. El cual debe ser pagado en forma trimestral.

Parágrafo 1° La Administración Postal Nacional, Adpostal, estará sujeta al pago de los cánones establecidos en el presente artículo, una vez obtenga del Ministerio de Comunicaciones, previa solicitud, la licencia respectiva para operar también el servicio de mensajería especializada.

Parágrafo 2°. Los dineros recibidos por el Ministerio de Comunicaciones por concepto del pago de los cánones por las licencias de los servicios de correos y mensajería especializada, ingresarán al fondo de Comunicaciones y se podrán destinar a proyectos de correo social, rural o urbano, y cubrir los gastos de vigilancia y control de las concesiones y licencias otorgadas, así como a las demás actividades del Fondo.

Parágrafo 3°. El Ministerio de Comunicaciones dispondrá todo lo necesario para ejercer la vigilancia y control del servicio de mensajería especializada y podrá contratar con firmas públicas o privadas de auditoría el control de pagos por uso de las licencias.

Artículo 25. Tarifas de los servicios postales. Las tarifas de los servicios postales gozarán de un régimen de libertad vigilada por el Ministerio de Comunicaciones. El Gobierno Nacional podrá intervenir cuando así lo considere necesario y fijar parámetros tarifarios mínimos o máximos, a fin de regular la forma de prestación de algunos de los servicios postales.

CAPITULO VI

RESPONSABILIDADES

Artículo 26. Obligaciones de los concesionarios y licenciatarios. Es obligación de los concesionarios y licenciatarios entregar los envíos de correspondencia y demás objetos postales a los destinatarios, en las mismas condiciones en que fueron confiados al servicio postal. Los concesionarios y licenciatarios de los servicios postales, responderán directamente por las fallas del servicio, de acuerdo con lo dispuesto en el presente Decreto.

Artículo 27. Exención de responsabilidad. El servicio postal quedará exento de toda responsabilidad por pérdida, avería o expoliación de los envíos de los servicios postales, en los siguientes casos:

a) En los casos de fuerza mayor o caso fortuito comprobados.

b) Cuando se trate de envíos cuyo contenido se encuentre comprendido dentro de las limitaciones previstas en el artículo 28 del presente Decreto, o cuando la pérdida o avería hubiese sido ocasionada por error o negligencia del remitente o provenga de la naturaleza misma del objeto.

c) Cuando el remitente y/o el destinatario no hubieren formulado reclamación alguna dentro del término de noventa (90) días a partir de la fecha de introducción del envío, sin perjuicio de lo establecido en los Convenios Postales Internacionales para el servicio de correo.

d) Cuando la declaración del valor sea fraudulenta, por no corresponder al valor del contenido.

En los servicios postales, no se asumirá responsabilidad alguna por los envíos decomisados bien sea por contener objetos sometidos a derechos de aduana o confiscados por las autoridades aduaneras debido a la falsa declaración de su contenido y por cualquier otra autoridad administrativa o judicial.

Sin perjuicio de la reclamación a que haya lugar, se presumirá que se ha entregado a satisfacción el envío, desde el momento en que los destinatarios o sus representantes, personas autorizadas, residentes y en fin cualquier persona que se encuentre habilitada merced a su oficio o funciones, hayan recibido y tomado posesión del mismo.

Artículo 28. Objetos de prohibida circulación en el servicio postal. El servicio postal tiene limitaciones impuestas por razones de conveniencia general de defensa de la moral pública, de seguridad nacional, de defensa del tesoro público y también por razones de interés del propio servicio postal y de sus funciones.

De acuerdo con el principio anterior, se prohíbe la circulación de los siguientes objetos por los servicios postales:

a) Los objetos que por su naturaleza o embalaje puedan ocasionar daños a los empleados del correo, o puedan manchar o deteriorar los demás envíos con los cuales se empacan conjuntamente.

b) El opio, la morfina, la cocaína, la marihuana y los demás estupefacientes y sustancias contemplados en las normas que regulan la materia. No se aplicará esta prohibición a los envíos con fines médicos o científicos para los países que los admitan en tales condiciones.

c) Los objetos cuya admisión o circulación esté prohibida en el país de destino.

d) Los animales vivos y los muertos no disecados, con excepción de: Las abejas, las sanguijuelas y los gusanos de seda. Los parásitos y los destructores de insectos nocivos canjeados entre instituciones Científicas reconocidas.

e) Las materias explosivas, inflamables o peligrosas.

f) Dinero en efectivo y otros objetos de valor, tales como monedas, platino, oro y plata manufacturados o no, billetes representativos de moneda o cualquier otro valor al portador, piedras finas o cualquier objeto precioso.

g) Armas, municiones y elementos bélicos de toda especie. Además las máquinas para acuñar moneda, los esqueletos para billetes de bancos, salvo el caso de que se trate de envíos remitidos oficialmente.

h) Los líquidos corrosivos y las sustancias venenosas, las materias grasas, los polvos colorantes y otras materias similares.

i) Los demás que los Convenios o Acuerdos Internacionales consagren como de prohibida circulación por el servicio de correos.

Parágrafo. Los concesionarios o licenciatarios de los servicios postales de correos y mensajería especializada podrán exigir a sus usuarios, presentar sus envíos abiertos para verificar el contenido, antes de ser admitidos o recibidos en el servicio respectivo, sin perjuicio de los controles de las autoridades de policía o de los procedimientos electrónicos o cualesquiera otras formas de control, según lo establezca su propio reglamento operativo o el que determine el Ministerio de Comunicaciones o las autoridades competentes.

Artículo 29. Manuales operativos. Le corresponde a cada concesionario o licenciatario de los servicios postales, elaborar manuales o reglamentos operativos del servicio conferido, a fin de garantizar procedimientos eficientes en la prestación del servicio.

En ejercicio de las funciones de vigilancia y control, el Ministerio de Comunicaciones podrá exigir su presentación cuando lo considere procedente.

CAPITULO VII

DERECHOS DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO POSTAL

Artículo 30. Derechos de los Remitentes. Los remitentes de los envíos de los servicios postales tienen los siguientes derechos, sin perjuicio de las acciones judiciales pertinentes y de las acciones que les confiere el ejercicio de sus derechos fundamentales:

1. Obtener la devolución de los envíos que no hayan sido entregados a los destinatarios.
2. Solicitar la reexpedición de sus envíos a distinto lugar del inicialmente indicado, previo el pago de la tarifa que genera la reexpedición.
3. Percibir las siguientes indemnizaciones:
 - a) En los servicios de correos nacional e internacional.
 1. Para el servicio de correos nacional e internacional no registrado, no habrá lugar a indemnización.
 2. En los servicios especiales de correos nacional registrado, la indemnización por pérdida, expoliación o avería será cinco (5) veces el valor de la tarifa que haya pagado el usuario.
 3. En los servicios especiales de correo nacional asegurado, la indemnización por pérdida, expoliación o avería será cinco (5) veces el valor de la tarifa que haya pagado el usuario más el valor asegurado.
 4. En los servicios financieros de correo nacional para cartas, impresos, paquetes y encomiendas con valor declarado y para el servicio de giros, el doble de la tarifa que haya pagado el usuario más el valor del total declarado o el valor del giro.
 5. La indemnización por concepto de pérdida, expoliación o avería de los envíos del servicio de correo internacional registrado, será el valor que se señale en los Convenios o Acuerdos, suscritos en la Unión Postal Universal.

6. Las indemnizaciones en los servicios de correo expreso serán las mismas establecidas en el presente Decreto para los servicios de mensajería especializada.

b) En el servicio de mensajería especializada: Los licenciatarios de los servicios de mensajería especializada responderán por la pérdida, avería o expoliación de los envíos y demás objetos postales confiados a su cuidado y manejo así:

1. En el servicio de mensajería especializada nacional, la indemnización por pérdida, expoliación o avería, será de cinco (5) veces el valor de la tarifa pagada por el usuario, hasta un máximo de un (1) salario mensual, más el valor asegurado del envío.

2. En el servicio de mensajería especializada en conexión con el exterior, la indemnización por pérdida, expoliación o avería será de cinco (5) veces el valor de la tarifa pagada por el usuario, hasta un máximo de dos (2) salarios mínimos mensuales, más el valor asegurado del envío.

Artículo 31. Derechos de los destinatarios. Los destinatarios de los envíos postales tienen los siguientes derechos, sin perjuicio de las acciones judiciales pertinentes y de las acciones que le confiere el ejercicio de sus derechos fundamentales:

1. Obtener informes personales sobre los envíos impuestos a su nombre, cuando se trate de envíos registrados.

2. Percibir las indemnizaciones, cuando el remitente expresamente haya renunciado a ellas.

3. Los demás que establezcan los Convenios y Acuerdos Postales Internacionales, para el servicio de correo internacional.

Artículo 32. Pertenencia de los envíos postales. Los envíos postales pertenecerán al remitente hasta cuando no hayan sido entregados al destinatario.

Artículo 33. Devolución de los envíos postales. Los usuarios de los servicios de correos tendrán derecho a la devolución de los envíos cuando estos no puedan ser entregados a su destinatario.

Para que esto sea posible, el usuario deberá rotular los envíos en forma clara, precisa y legible, con el nombre y dirección del destinatario y el remitente. En el servicio de mensajería especializada, en razón a su característica de entrega personalizada, siempre habrá lugar a la devolución de los envíos y objetos postales que no puedan ser entregados al destinatario.

CAPITULO VIII

CONTROL Y VIGILANCIA

Artículo 34. Control del servicio. Para el ejercicio de las funciones de inspección de los servicios postales, el Ministerio de Comunicaciones podrá exigir a los concesionarios y licenciatarios la exhibición periódica de los libros de contabilidad y demás documentos que guarden relación con la prestación del servicio.

Artículo 35. Vigilancia del servicio. El Ministerio de Comunicaciones vigilará a los concesionarios y licenciatarios de los servicios postales a fin de verificar la calidad y eficiencia del servicio autorizado y su conformidad con la concesión otorgada. Para efectos del presente artículo, el Ministerio de Comunicaciones podrá realizar directamente estas gestiones o contratarla con empresas especializadas en auditoría.

Artículo 36. Registro de concesionarios. El Ministerio de Comunicaciones llevará un registro público de todas las personas naturales y jurídicas autorizadas para prestar los servicios postales. Cualquier cambio en las características esenciales de la concesión o licencia requerirá de autorización previa del Ministerio de Comunicaciones.

CAPITULO IX

SANCIONES

Artículo 37. Regla General. Ninguna persona natural o jurídica podrá prestar servicios postales sin haber obtenido previamente la concesión, por contrato o licencia, otorgada por el Ministerio de Comunicaciones.

Tampoco podrán prestarse servicios de admisión, clasificación y entrega de envíos de correspondencia, sin sujeción al presente Reglamento, cualquiera sea la denominación o modalidad que se adopte.

Artículo 38. Actuaciones sancionatorias. Las personas naturales o jurídicas que sin concesión debidamente otorgada establezcan o presten servicios postales, tanto en el ámbito urbano, nacional o internacional, serán sancionadas por el Director General de Telecomunicaciones del Ministerio de Comunicaciones, sin perjuicio del ejercicio de las demás acciones civiles, penales o administrativas que de tal hecho se deriven, así:

1. Ordenar el cese de las actividades ilegales e iniciar el correspondiente proceso sancionatorio.
2. Con multas sucesivas hasta por mil (1.000) salarios mínimos mensuales.

Parágrafo: Contra la decisión sancionatoria sólo procederá el recurso de reposición en los términos del Código Contencioso Administrativo. Cuando la competencia no sea suya, procederá así:

1. Solicitar a las autoridades de las entidades territoriales o de policía correspondientes, que dentro de su competencia, procedan a la cancelación de la licencia de funcionamiento y al cierre de los establecimientos donde se presten ilegalmente los servicios, en los términos del Decreto 1355 de 1970, artículo 208, o de los códigos de policía departamentales.

2. Demandar de las autoridades competentes la aplicación de las medidas y sanciones que por el establecimiento o prestación de servicios postales sin concesión debidamente otorgada deban imponerse y que no corresponda imponer al Ministerio de Comunicaciones.

Artículo 39. Prácticas ilegales. Cuando el Ministerio de Comunicaciones establezca la existencia de Empresas de Transporte Terrestre o Aéreo que presten servicios postales sin el correspondiente contrato o licencia, procederá a demandar del Ministerio de Transporte o al Departamento Administrativo de Aeronáutica Civil, respectivamente, la aplicación de las sanciones que correspondan de conformidad con las disposiciones legales vigentes.

Artículo 40. Defraudaciones en el pago de derechos. Cuando el Ministerio de Comunicaciones compruebe alguna irregularidad por parte de los concesionarios o licenciatarios de los servicios postales en el pago de los derechos pecuniarios o cánones a los que están obligados, sancionará al concesionario o licenciatario con multas sucesivas cuyo valor podrá oscilar entre cien (100) y quinientos (500) salarios mínimos legales mensuales, sin perjuicio de que, por reincidencia se ordene la caducidad del contrato o la revocatoria de la licencia.

Artículo 41. Fallas en el servicio. Cuando el Ministerio de Comunicaciones compruebe irregularidades en la prestación de los servicios postales, por parte de los concesionarios o licenciatarios, sancionará con multas

sucesivas, cuyo valor podrá oscilar entre cincuenta (50) y trescientos (300) salarios mínimos legales mensuales, sin perjuicio de las demás sanciones de ley, de la caducidad del contrato o revocatoria de la licencia, en caso de reincidencia.

Artículo 42. Procedimiento. El procedimiento aplicable para la imposición de las sanciones, por violación de lo establecido en el presente Decreto, será el previsto en el Libro Primero del Código Contencioso Administrativo.

CAPITULO X

DISPOSICIONES VARIAS

Artículo 43. Los Ministerios, Departamentos Administrativos, Superintendencias, institutos descentralizados y demás entidades oficiales y semioficiales del orden nacional, deberán transportar su correo nacional e internacional a través de la red oficial de correos de conformidad con el artículo 10 del Decreto 75 de 1984.

Artículo 44. A la mensajería especializada no se le aplicará lo dispuesto en el artículo 22 del presente Decreto.

Artículo 45. Vigencia. El presente Decreto deroga todas las normas que le sean contrarias y en especial los Decretos 1697 y 2622 de 1994 y rige a partir de la fecha de su publicación salvo los artículos 37, 38 y 39. del Capítulo IX del presente Decreto, cuya vigencia será a partir del 28 de febrero de 1995, para los casos de mensajería especializada.

Publíquese y cúmplase.

Dado en Santafé de Bogotá, D.C., 1º febrero de 1995.

El Presidente de la República de Colombia,

ERNESTO SAMPER PIZANO

El Ministro de Comunicaciones,

Armando Benedetti Jimeno.

ANEXO 10.

LEY 99 DE 1993

(diciembre 22)

por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones.

El Congreso de Colombia,

DECRETA:

TITULO I

FUNDAMENTOS DE LA POLITICA AMBIENTAL COLOMBIANA

ARTICULO 1o. Principios Generales Ambientales. La política ambiental colombiana seguirá los siguientes principios generales:

1. El proceso de desarrollo económico y social del país se orientará según los principios universales y del desarrollo sostenible contenidos en la Declaración de Rio de Janeiro de junio de 1992 sobre Medio Ambiente y Desarrollo.
2. La biodiversidad del país, por ser patrimonio nacional y de interés de la humanidad, deberá ser protegida prioritariamente y aprovechada en forma sostenible.
3. Las políticas de población tendrán en cuenta el derecho de los seres humanos a una vida saludable y productiva en armonía con la naturaleza.
4. Las zonas de páramos, subpáramos, los nacimientos de agua y las zonas de recarga de acuíferos serán objeto de protección especial.
5. En la utilización de los recursos hídricos, el consumo humano tendrá prioridad sobre cualquier otro uso.
6. La formulación de las políticas ambientales tendrá en cuenta el resultado del proceso de investigación científica. No obstante, las autoridades ambientales y los particulares darán aplicación al principio de precaución conforme al cual, cuando exista peligro de daño grave e irreversible, la falta de certeza científica absoluta no deberá utilizarse como razón para postergar la adopción de medidas eficaces para impedir la degradación del medio ambiente.
7. El Estado fomentará la incorporación de los costos ambientales y el uso de instrumentos económicos para la prevención, corrección y restauración del deterioro ambiental y para la conservación de los recursos naturales renovables.

8. El paisaje por ser patrimonio común deberá ser protegido.
9. La prevención de desastres será materia de interés colectivo y las medidas tomadas para evitar o mitigar los efectos de su ocurrencia serán de obligatorio cumplimiento.
10. La acción para la protección y recuperación ambientales del país es una tarea conjunta y coordinada entre el Estado, la comunidad, las organizaciones no gubernamentales y el sector privado. El Estado apoyará e incentivará la conformación de organismos no gubernamentales para la protección ambiental y podrá delegar en ellos algunas de sus funciones.
11. Los estudios de impacto ambiental serán el instrumento básico para la toma de decisiones respecto a la construcción de obras y actividades que afecten significativamente el medio ambiente natural o artificial.
12. El manejo ambiental del país, conforme a la Constitución Nacional, será descentralizado, democrático y participativo.
13. Para el manejo ambiental del país, se establece un Sistema Nacional Ambiental, SINA, cuyos componentes y su interrelación definen los mecanismos de actuación del Estado y la sociedad civil.
14. Las instituciones ambientales del Estado se estructurarán teniendo como base criterios de manejo integral del medio ambiente y su interrelación con los procesos de planificación económica, social y física.

TITULO VI

DE LAS CORPORACIONES AUTONOMAS

REGIONALES

ARTICULO 23. Naturaleza Jurídica. Las Corporaciones Autónomas Regionales son entes corporativos de carácter público, creados por la ley, integrados por las entidades territoriales que por sus características constituyen geográficamente un mismo ecosistema o conforman una unidad geopolítica, biogeográfica o hidrogeográfica, dotados de autonomía administrativa y financiera, patrimonio propio y personería jurídica, encargados por la ley de administrar, dentro del área de su jurisdicción, el medio ambiente y los recursos naturales renovables y propender por su desarrollo sostenible, de conformidad con las disposiciones legales y las políticas del Ministerio del Medio Ambiente.

Exceptúase del régimen jurídico aplicable por esta Ley a las Corporaciones Autónomas Regionales, la Corporación Autónoma Regional del Río Grande de la Magdalena, creada por el artículo 331 de la Constitución Nacional, cuyo régimen especial lo establecerá la ley.

ARTICULO 24. De los Organos de Dirección y Administración. Las Corporaciones Autónomas Regionales tendrán tres órganos principales de dirección y administración a saber: a. La Asamblea Corporativa; b. El Consejo Directivo; y c. El Director General.

ARTICULO 25. De la Asamblea Corporativa. Es el principal órgano de dirección de la Corporación y estará integrada por todos los representantes legales de las entidades territoriales de su jurisdicción.

Los miembros de la Asamblea Corporativa de una Corporación Autónoma Regional tendrán en sus

deliberaciones y decisiones un derecho a voto proporcional a los aportes anuales de rentas o a los que por cualquier causa o concepto hayan efectuado a la Corporación, la entidad territorial a la que representan, dentro del año anterior a la fecha de la sesión correspondiente. Si tales aportes superan el 25% del total recibido por la Corporación, este derecho a voto se limitará al 25% de los derechos representados en la Asamblea.

Son funciones de la Asamblea Corporativa: a. Elegir el Consejo Directivo de que tratan los literales d, y e, del artículo 26 de la presente Ley; b. Designar el revisor fiscal o auditor interno de la Corporación; c. Conocer y aprobar el informe de gestión de la administración; d. Conocer y aprobar las cuentas de resultados de cada período anual; e. Adoptar los estatutos de la Corporación y las reformas que se le introduzcan y someterlos a la aprobación del Ministerio del Medio Ambiente; f. Las demás que le fijen los reglamentos.

ARTICULO 26. Del Consejo Directivo. Es el órgano de administración de la Corporación y estará conformado por:

a. El gobernador o los gobernadores de los departamentos sobre cuyo territorio ejerza jurisdicción la Corporación Autónoma Regional, o su delegado o delegados. Corresponderá al gobernador o a su delegado presidir el Consejo Directivo. Si fuesen varios los gobernadores, los estatutos definirán lo relativo a la presidencia del Consejo Directivo;

b. Un representante del Presidente de la República;

c. Un representante del Ministro del Medio Ambiente;

d. Hasta cuatro (4) alcaldes de los municipios comprendidos dentro del territorio de la jurisdicción de la Corporación, elegidos por la Asamblea Corporativa, para períodos de un (1) año por el sistema de cuociente electoral, de manera que queden representados todos los departamentos o regiones que integran la Corporación. Si el territorio de la Corporación comprendiese un número plural de departamentos, la participación será definida en forma equitativa de acuerdo con el reglamento que al efecto expida el Gobierno Nacional;

e. Dos (2) representantes del sector privado;

f. Un (1) representante de las comunidades indígenas o etnias tradicionalmente asentadas en el territorio de jurisdicción de la Corporación, elegido por ellas mismas;

g. Dos (2) representantes de las entidades sin ánimo de lucro, que tengan su domicilio en el área de jurisdicción de la Corporación y cuyo objeto principal sea la protección del medio ambiente y los recursos naturales renovables, elegido por ellas mismas.

PARAGRAFO 1. Los representantes de los literales f, y g, se elegirán de acuerdo a la reglamentación que sobre el particular expida el Ministerio del Medio Ambiente.

PARAGRAFO 2. En la conformación de los Consejos Directivos de las Corporaciones Autónomas Regionales, se tendrán en cuenta las disposiciones de la Ley 70 de 1993.

ARTICULO 27. De las Funciones del Consejo Directivo. Son funciones del Consejo Directivo de las Corporaciones Autónomas Regionales: a. Proponer a la Asamblea Corporativa la adopción de los estatutos y de sus reformas; b. Determinar la planta de personal de la Corporación; c. Disponer la participación de la Corporación en la constitución y organización de sociedades o asociaciones y

fundaciones o el ingreso a las ya existentes; d. Dictar normas adicionales, a las legalmente establecidas, sobre el estatuto de contratación de la entidad; e. Disponer la contratación de créditos externos; f. Determinar la estructura interna de la Corporación para lo cual podrá crear, suprimir y fusionar dependencias y asignarles responsabilidades conforme a la ley; g. Aprobar la incorporación o sustracción de áreas de que trata el numeral 16 del artículo 31 de esta Ley; h. Autorizar la delegación de funciones de la entidad; i. aprobar el plan general de actividades y el presupuesto anual de inversiones; j. Nombrar de acuerdo al artículo siguiente o remover de conformidad con los estatutos, al Director General de la Corporación.

ARTICULO 28. Del Director General. El Director General será el representante legal de la Corporación y su primera autoridad ejecutiva. Será designado por el Consejo Directivo para un período de tres (tres) años, contados a partir del 1° enero de 1995, siendo reelegible.

PARAGRAFO TRANSITORIO. El Presidente de la República nombrará o ratificará a los Directores Generales de las Corporaciones Autónomas Regionales para el año de 1994.

ARTICULO 29. Funciones del Director General. Son funciones de los Directores Generales las señaladas en las leyes, en los reglamentos y en los estatutos respectivos. En particular les corresponde:

1. Dirigir, coordinar y controlar las actividades de la entidad y ejercer su representación legal;
2. Cumplir y hacer cumplir las decisiones y acuerdos del Consejo Directivo;
3. Presentar para estudio y aprobación del Consejo Directivo los planes y programas que se requieran para el desarrollo del objeto de la Corporación, el proyecto de presupuesto, así como los proyectos de organización administrativa y de planta de personal de la misma;
4. Presentar al Consejo Directivo los proyectos de reglamento interno;
5. Ordenar los gastos, dictar los actos, realizar las operaciones y celebrar los contratos y convenios que se requieran para el normal funcionamiento de la entidad;
6. Constituir mandatarios o apoderados que representen a la Corporación en asuntos judiciales y demás de carácter litigioso;
7. Delegar en funcionarios de la entidad el ejercicio de algunas funciones, previa autorización del Consejo Directivo;
8. Nombrar y remover el personal de la Corporación;
9. Administrar y velar por la adecuada utilización de los bienes y fondos que constituyen el patrimonio de la Corporación;
10. Rendir informes al Ministro del Medio Ambiente, en la forma que éste lo determine, sobre el estado de ejecución de las funciones que corresponden a la Corporación y los informes generales y periódicos o particulares que solicite, sobre las actividades desarrolladas y la situación general de la entidad;
11. Presentar al Consejo Directivo los informes que le sean solicitados sobre la ejecución de los planes y programas de la Corporación, así como sobre su situación financiera, de acuerdo con los estatutos;

12. Las demás que los estatutos de la Corporación le señalen y que no sean contrarias a la Ley.

ARTICULO 30. Objeto. Todas las Corporaciones Autónomas Regionales tendrán por objeto la ejecución de las políticas, planes, programas y proyectos sobre medio ambiente y recursos naturales renovables, así como dar cumplida y oportuna aplicación a las disposiciones legales vigentes sobre su disposición, administración, manejo y aprovechamiento, conforme a las regulaciones, pautas y directrices expedidas por el Ministerio del Medio Ambiente.

ARTICULO 31. Funciones. Las Corporaciones Autónomas Regionales ejercerán las siguientes funciones:

1) Ejecutar las políticas, planes y programas nacionales en materia ambiental definidos por la ley aprobatoria del Plan Nacional de Desarrollo y del Plan Nacional de Inversiones o por el Ministerio del Medio Ambiente, así como los del orden regional que le hayan sido confiados conforme a la ley, dentro del ámbito de su jurisdicción;

2) Ejercer la función de máxima autoridad ambiental en el área de su jurisdicción, de acuerdo con las normas de carácter superior y conforme a los criterios y directrices trazadas por el Ministerio del Medio Ambiente;

3) Promover y desarrollar la participación comunitaria en actividades y programas de protección ambiental, de desarrollo sostenible y de manejo adecuado de los recursos naturales renovables;

4) Coordinar el proceso de preparación de los planes, programas y proyectos de desarrollo medioambiental que deban formular los diferentes organismos y entidades integrantes del Sistema Nacional Ambiental (SINA) en el área de su jurisdicción y en especial, asesorar a los Departamentos, Distritos y Municipios de su comprensión territorial en la definición de los planes de desarrollo ambiental y en sus programas y proyectos en materia de protección del medio ambiente y los recursos naturales renovables, de manera que se asegure la armonía y coherencia de las políticas y acciones adoptadas por las distintas entidades territoriales;

5) Participar con los demás organismos y entes competentes en el ámbito de su jurisdicción, en los procesos de planificación y ordenamiento territorial a fin de que el factor ambiental sea tenido en cuenta en las decisiones que se adopten;

6) Celebrar contratos y convenios con las entidades territoriales, otras entidades públicas y privadas y con las entidades sin ánimo de lucro cuyo objeto sea la defensa y protección del medio ambiente y los recursos naturales renovables, con el fin de ejecutar de mejor manera alguna o algunas de sus funciones, cuando no correspondan al ejercicio de funciones administrativas;

7) Promover y realizar conjuntamente con los organismos nacionales adscritos y vinculados al Ministerio del Medio Ambiente, y con las entidades de apoyo técnico y científico del Sistema Nacional Ambiental (SINA), estudios e investigaciones en materia de medio ambiente y recursos naturales renovables;

8) Asesorar a las entidades territoriales en la formulación de planes de educación ambiental formal y ejecutar programas de educación ambiental no formal, conforme a las directrices de la política nacional;

9) Otorgar concesiones, permisos, autorizaciones y licencias ambientales requeridas por la Ley para el uso, aprovechamiento o movilización de los recursos naturales renovables o para el desarrollo de actividades que afecten o puedan afectar el medio ambiente. Otorgar permisos y concesiones para

aprovechamientos forestales, concesiones para el uso de aguas superficiales y subterráneas y establecer vedas para la caza y pesca deportiva;

10) Fijar en el área de su jurisdicción, los límites permisibles de emisión, descarga, transporte o depósito de sustancias, productos, compuestos o cualquier otra materia que puedan afectar el medio ambiente o los recursos naturales renovables y prohibir, restringir o regular la fabricación, distribución, uso, disposición o vertimiento de sustancias causantes de degradación ambiental. Estos límites restricciones y regulaciones en ningún caso podrán ser menos estrictos que los definidos por el Ministerio del Medio Ambiente.

11) Ejercer las funciones de evaluación, control y seguimiento ambiental de las actividades de exploración, explotación, beneficio, transporte, uso y depósito de los recursos naturales no renovables, incluida la actividad portuaria con exclusión de las competencias atribuidas al Ministerio del Medio Ambiente, así como de otras actividades, proyectos o factores que generen o puedan generar deterioro ambiental. Esta función comprende la expedición de la respectiva licencia ambiental. Las funciones a que se refiere este numeral serán ejercidas de acuerdo con el artículo 58 de esta Ley.

12) Ejercer las funciones de evaluación, control y seguimiento ambiental de los usos del agua, el suelo, el aire y los demás recursos naturales renovables, lo cual comprenderá el vertimiento, emisión o incorporación de sustancias o residuos líquidos, sólidos y gaseosos, a las aguas en cualquiera de sus formas, al aire o a los suelos, así como los vertimientos o emisiones que puedan causar daño o poner en peligro el normal desarrollo sostenible de los recursos naturales renovables o impedir u obstaculizar su empleo para otros usos. Estas funciones comprenden la expedición de las respectivas licencias ambientales, permisos, concesiones, autorizaciones y salvoconductos;

13) Recaudar, conforme a la ley, las contribuciones, tasas, derechos, tarifas y multas por concepto del uso y aprovechamiento de los recursos naturales renovables, fijar su monto en el territorio de su jurisdicción con base en las tarifas mínimas establecidas por el Ministerio del Medio Ambiente;

14) Ejercer el control de la movilización, procesamiento y comercialización de los recursos naturales renovables en coordinación con las demás Corporaciones Autónomas Regionales, las entidades territoriales y otras autoridades de policía, de conformidad con la ley y los reglamentos; y expedir los permisos, licencias y salvoconductos para la movilización de recursos naturales renovables;

15) Administrar, bajo la tutela del Ministerio del Medio Ambiente las áreas del Sistema de Parques Nacionales que ese Ministerio les delegue. Esta administración podrá hacerse con la participación de las entidades territoriales y de la sociedad civil.

16) Reservar, alinderar, administrar o sustraer, en los términos y condiciones que fijen la Ley y los reglamentos, los distritos de manejo integrado, los distritos de conservación de suelos, las reservas forestales y parques naturales de carácter regional, y reglamentar su uso y funcionamiento. Administrar las Reservas Forestales Nacionales en el área de su jurisdicción.

17) Imponer y ejecutar a prevención y sin perjuicio de las competencias atribuidas por la ley a otras autoridades, las medidas de policía y las sanciones previstas en la ley, en caso de violación a las normas de protección ambiental y de manejo de recursos naturales renovables y exigir, con sujeción a las regulaciones pertinentes, la reparación de los daños causados;

18) Ordenar y establecer las normas y directrices para el manejo de las cuencas hidrográficas ubicadas dentro del área de su jurisdicción, conforme a las disposiciones superiores y a las políticas nacionales;

19) Promover y ejecutar obras de irrigación, avenamiento, defensa contra las inundaciones, regulación de cauces y corrientes de agua, y de recuperación de tierras que sean necesarias para la defensa, protección y adecuado manejo de las cuencas hidrográficas del territorio de su jurisdicción, en coordinación con los organismos directores y ejecutores del Sistema Nacional de Adecuación de Tierras, conforme a las disposiciones legales y a las previsiones técnicas correspondientes;

Cuando se trate de obras de riego y avenamiento que de acuerdo con las normas y los reglamentos requieran de Licencia Ambiental, esta deberá ser expedida por el Ministerio del Medio Ambiente.

20) Ejecutar, administrar, operar y mantener en coordinación con las entidades territoriales, proyectos, programas de desarrollo sostenible y obras de infraestructura cuya realización sea necesaria para la defensa y protección o para la descontaminación o recuperación del medio ambiente y los recursos naturales renovables;

21) Adelantar en coordinación con las autoridades de las comunidades indígenas y con las autoridades de las tierras habitadas tradicionalmente por comunidades negras, a que se refiere la Ley 70 de 1993, programas y proyectos de desarrollo sostenible y de manejo, aprovechamiento, uso y conservación de los recursos naturales renovables y del medio ambiente;

22) Implantar y operar el Sistema de Información Ambiental en el área de su jurisdicción, de acuerdo con las directrices trazadas por el Ministerio del Medio Ambiente;

23) Realizar actividades de análisis, seguimiento, prevención y control de desastres, en coordinación con las demás autoridades competentes, y asistirles en los aspectos medioambientales en la prevención y atención de emergencias y desastres; adelantar con las administraciones municipales o distritales programas de adecuación de áreas urbanas en zonas de alto riesgo, tales como control de erosión, manejo de cauces y reforestación;

24) Transferir la tecnología resultante de las investigaciones que adelanten las entidades de investigación científica y de apoyo técnico del nivel nacional que forman parte del Sistema Nacional Ambiental, SINA, y prestar asistencia técnica a entidades públicas y privadas y a los particulares, acerca del adecuado manejo de los recursos naturales renovables y la preservación del medio ambiente, en la forma que lo establezcan los reglamentos y de acuerdo con los lineamientos fijados por el Ministerio del Medio Ambiente;

25) Imponer, distribuir y recaudar las contribuciones de valorización con que haya de gravarse la propiedad inmueble, por razón de la ejecución de obras públicas por parte de la Corporación; fijar los demás derechos cuyo cobro pueda hacer conforme a la ley;

26) Asesorar a las entidades territoriales en la elaboración de proyectos en materia ambiental que deban desarrollarse con recursos provenientes del Fondo Nacional de Regalías o con otros de destinación semejante;

27) Adquirir bienes de propiedad privada y los patrimoniales de las entidades de derecho público y adelantar ante el juez competente la expropiación de bienes, una vez surtida la etapa de negociación directa, cuando ello sea necesario para el cumplimiento de sus funciones o para la ejecución de obras o proyectos requeridos para el cumplimiento de las mismas, e imponer las servidumbres a que haya lugar, conforme a la ley;

28) Promover y ejecutar programas de abastecimiento de agua a las comunidades indígenas y negras tradicionalmente asentadas en el área de su jurisdicción, en coordinación con las autoridades

competentes;

29) Apoyar a los concejos municipales, a las asambleas departamentales y a los consejos de las entidades territoriales indígenas en las funciones de planificación que les otorga la Constitución Nacional;

30) Las demás que anteriormente estaban atribuidas a otras autoridades, en materia de medio ambiente y recursos naturales renovables, dentro de sus respectivos ámbitos de competencia, en cuanto no pugnen con las atribuidas por la Constitución Nacional a las entidades territoriales, o sean contrarias a la presente Ley o a las facultades de que ella inviste al Ministerio del Medio Ambiente.

31) Sin perjuicio de las atribuciones de los municipios y distritos en relación con la zonificación y el uso del suelo, de conformidad por lo establecido en el artículo 313 numeral séptimo de la Constitución Nacional, las Corporaciones Autónomas Regionales establecerán las normas generales y las densidades máximas a las que se sujetarán los propietarios de vivienda en áreas sub-urbanas y en cerros y montañas, de manera que se protejan el medio ambiente y los recursos naturales. No menos del 70% del área a desarrollar en dichos proyectos se destinará a la conservación de la vegetación nativa existente.

PARAGRAFO 1. Las Corporaciones Autónomas Regionales que en virtud de esta Ley se transforman, continuarán ejerciendo las funciones atribuidas por las leyes que dispusieron su creación y organización, hasta cuando se defina o constituya el ente que asumirá aquellas funciones que abarquen actividades u objetos distintos de los previstos por la presente Ley. A partir de ese momento, las corporaciones autónomas regionales sólo podrán ejercer las funciones que esta Ley les atribuye;

PARAGRAFO 2. Previa declaratoria favorable de viabilidad ambiental por la Corporación Autónoma Regional de la respectiva jurisdicción la Dirección General Marítima y Portuaria del Ministerio de Defensa, DIMAR, como autoridad marítima nacional tiene la función de otorgar autorizaciones, permisos y concesiones para la ocupación temporal de las playas y terrenos de bajamar;

PARAGRAFO 3. Cuando una Corporación Autónoma Regional tenga por objeto principal la defensa y protección del medio ambiente urbano, podrá adelantar con las administraciones municipales o distritales programas de adecuación de áreas urbanas en zonas de alto riesgo, tales como control de erosión, manejo de cauces y reforestación; así mismo podrá administrar, manejar, operar y mantener las obras ejecutadas o aquellas que le aporten o entreguen los municipios o distritos para esos efectos;

PARAGRAFO 4. Las Corporaciones Autónomas Regionales realizarán sus tareas en estrecha coordinación con las entidades territoriales y con los organismos a las que éstas hayan asignado responsabilidades de su competencia;

PARAGRAFO 5. Salvo lo estipulado en el numeral 45 del artículo 5 y el numeral 9 del presente artículo, el ordenamiento, manejo y todas las demás actividades relacionadas con la actividad pesquera y sus recursos, continuarán siendo de responsabilidad del Ministerio de Agricultura y del Instituto Nacional de Pesca y Acuicultura, INPA, de conformidad con lo establecido por la Ley 13 de 1990 y el Decreto Reglamentario 2256 de 1991;

PARAGRAFO 6. Las Corporaciones Autónomas Regionales que por virtud de la nueva distribución Jurisdiccional pierdan competencia sobre uno o varios municipios, continuarán adelantando los proyectos en ejecución hasta su terminación en un plazo máximo de tres años.

ARTICULO 32. Delegación de Funciones. Los Consejos Directivos de las Corporaciones Autónomas Regionales, podrán delegar en otros entes públicos o en personas jurídicas privadas, constituidas como

entidades sin ánimo de lucro, el ejercicio de funciones siempre que en este último caso no impliquen el ejercicio de atribuciones propias de la autoridad administrativa. La facultad sancionatoria es indelegable.

ARTICULO 33. Creación y Transformación de las Corporaciones Autónomas Regionales. La administración del medio ambiente y los recursos naturales renovables estará en todo el territorio nacional a cargo de Corporaciones Autónomas Regionales.

Las siguientes Corporaciones conservarán su denominación, sedes y jurisdicción territorial actual:

- Corporación Autónoma Regional de Risaralda (CARDER)
- Corporación Autónoma Regional de Nariño (CORPONARIÑO)
- Corporación Autónoma Regional de la Frontera Nororiental (CORPONOR)
- Corporación Autónoma Regional del Tolima (CORTOLIMA)
- Corporación Autónoma Regional del Quindío (CRQ)
- Corporación Autónoma Regional de las Cuencas de los Ríos Rionegro y Nare (CORNARE)
- Corporación Autónoma Regional de los Valles del Sinú y San Jorge (CVS)

Créanse las siguientes corporaciones autónomas regionales:

- Corporación Autónoma Regional de la Orinoquía, CORPORINOQUIA: su jurisdicción comprenderá los Departamentos de Arauca, Vichada, Casanare, Meta; los Municipios del Departamento de Cundinamarca, a saber: Guayabetal, Quetame, Une, Paratebuena, Chipaque, Cáqueza, Fosca, Gutiérrez, Choachí y Ubaque; y los municipios de Pajarito, Labranzagrande, Paya, Pisba y Cubará del Departamento de Boyacá, con la excepción del territorio de jurisdicción de la Corporación para el Desarrollo Sostenible de la Macarena. Tendrá su sede principal en la ciudad de Yopal y subsedes en los Municipios de Arauca en el Departamento de Arauca, Villavicencio en el Departamento del Meta y la Primavera en el Departamento del Vichada. Las subsedes entrarán a funcionar seis meses después de la sede principal. Los recursos percibidos por CORPORINOQUIA se distribuirán equitativamente entre la sede principal y las subsedes.

- Corporación Autónoma Regional de Sucre, CARSUCRE: tendrá su sede principal en la ciudad de Sincelejo; su jurisdicción comprende el territorio del Departamento de Sucre, con excepción de los municipios que están dentro de la jurisdicción de la Corporación para el Desarrollo Sostenible de la Mojana y del San Jorge, CORPOMOJANA.

- Corporación Autónoma Regional del Alto Magdalena, CAM: tendrá su sede principal en la ciudad de Neiva; su jurisdicción comprenderá el Departamento del Huila;

Corporación Autónoma Regional del Centro de Antioquia, CORANTIOQUIA: tendrá su sede principal en la ciudad de Medellín; su jurisdicción comprenderá los municipios del Departamento de Antioquia, con exclusión del territorio de los municipios que hacen parte de la jurisdicción de la Corporación para el Desarrollo Sostenible de Urabá, CORPOURABA, y de la Corporación Autónoma Regional de los Ríos Rionegro y Nare, CORNARE;

- Corporación Autónoma Regional de Santander, CAS: tendrá su sede principal en la ciudad de San Gil; su jurisdicción comprenderá el Departamento de Santander, con exclusión de los municipios que hacen parte de la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga. CDMB;

- Corporación Autónoma Regional de Boyacá, CORPOBOYACA tendrá su sede principal en la ciudad de Tunja; su jurisdicción comprenderá el Departamento de Boyacá con excepción de los municipios de Chiquinquirá, Saboyá, San Miguel de Sema, Caldas, Buenavista y Ráquira que hacen parte de la CAR; los municipios de Pajarito, Labranzagrande, Paya, Pisba y Cubará que hacen parte de CORPORINOQUIA; y los municipios que pertenecen a la Corporación Autónoma Regional de Chivor CORPOCHIVOR.

- Corporación Autónoma Regional de Chivor, CORPOCHIVOR: tendrá su sede principal en la ciudad de Garagoa y su Jurisdicción comprenderá los municipios de Ventaquemada, Boyacá, Tunmequé, Nuevo Colón, Viracachá, Ciénega, Ramiriquí, Jenesano, Tibaná, Umbita, Chinavita, Pachavita, Garagoa, La Capilla, Tenza, Sutatenza, Guateque, Guayatá, Somondoco, Almeida, Chivor, Macanal, Santa María, San Luis de Gaceno y Campohermoso;

- Corporación Autónoma Regional del Guavio, CORPOGUAVIO: tendrá jurisdicción en los municipios de Gachalá, Medina, Ubalá, Gama, Junín, Gachetá, Fómeque, Mámbita y Guasca en el Departamento de Cundinamarca. Su sede estará en el municipio de Gachalá;

- Corporación Autónoma Regional del Canal del Dique, CARDIQUE: tendrá su sede principal en el Distrito de Cartagena de Indias y su jurisdicción comprenderá al Distrito de Cartagena de Indias y los municipios de Turbaco, Turbaná, Arjona, Mahates, San Estanislao de Koztka, Villanueva, Santa Rosa, Santa Catalina, Soplaviento, Calamar, Guamo, Carmen de Bolívar, San Juan, San Jacinto, Zambrano, Córdoba, Maríalabaja en el Departamento de Bolívar;

- Corporación Autónoma Regional del Sur de Bolívar, CSB: tendrá su sede principal en Magangué y su jurisdicción comprenderá el territorio del Departamento de Bolívar con excepción de los municipios incluidos en la jurisdicción de la Corporación Autónoma Regional del Canal del Dique (CARDIQUE).

Las siguientes corporaciones modifican su jurisdicción o su denominación actual:

- Corporación Autónoma Regional del Magdalena, CORPAMAG: su jurisdicción comprende el territorio del Departamento del Magdalena con excepción de las áreas incluidas en la jurisdicción de la Corporación para el Desarrollo Sostenible de la Sierra Nevada de Santa Marta;

- Corporación Autónoma Regional del Cesar, CORPOCESAR: su jurisdicción comprende el territorio del Departamento del Cesar con excepción de las áreas incluidas en la jurisdicción de la Corporación para el Desarrollo Sostenible de la Sierra Nevada de Santa Marta;

- Corporación Autónoma Regional de la Guajira, CORPOGUAJIRA: su jurisdicción comprende el territorio del Departamento de Guajira con excepción de las áreas incluidas en la jurisdicción de la Corporación para el Desarrollo Sostenible de la Sierra Nevada de Santa Marta;

- Corporación Autónoma Regional de Caldas, CORPOCALDAS: tendrá su sede principal en la ciudad de Manizales; su jurisdicción comprenderá el territorio del Departamento de Caldas;

- Corporación Autónoma Regional del Cauca, CRC: tendrá su sede principal en la ciudad de Popayán; su jurisdicción comprenderá el territorio del Departamento del Cauca;

- Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca, CVC: tendrá su sede principal en la ciudad de Cali; su jurisdicción comprenderá el territorio del Departamento del Valle del Cauca;

- Corporación Autónoma Regional de las Cuencas de los Ríos Bogotá, Ubaté y Suárez (CAR): se denominará Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca, CAR, y tendrá jurisdicción en el Distrito Capital de Santafé de Bogotá y el territorio del Departamento de Cundinamarca, con excepción de los municipios incluidos en la jurisdicción de la Corporación Autónoma Regional del Guavio y los municipios del Departamento de Cundinamarca que hacen parte de la jurisdicción de CORPORINOQUIA. Su jurisdicción incluye los Municipios de Chiquinquirá, Saboyá, San Miguel de Sema, Caldas, Buenavista y Ráquira en el Departamento de Boyacá. Tendrá su sede principal en la Ciudad de Santafé de Bogotá, y establecerá una sub-sede en la ciudad de Fusagasugá;

Corporación Autónoma Regional de Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB): tendrá su sede en la ciudad de Bucaramanga y además de su actual jurisdicción la tendrá sobre el Municipio de El Playón.

PARAGRAFO 2. De las Corporaciones Autónomas Regionales de la Cuenca del Río Magdalena. Las Corporaciones Autónomas Regionales en cuya jurisdicción se encuentren municipios ribereños del Río Magdalena, ejercerán sus funciones en coordinación con la Corporación Autónoma Regional del Río Grande de la Magdalena, creada por el artículo 331 de la Constitución Política, y serán delegatarias suyas para garantizar el adecuado aprovechamiento y preservación del medio ambiente, los recursos ictiológicos y demás recursos naturales renovables en la cuenca fluvial;

PARAGRAFO 3. Del Manejo de Ecosistemas Comunes por varias Corporaciones Autónomas Regionales. En los casos en que dos o más Corporaciones Autónomas Regionales tengan jurisdicción sobre un ecosistema o sobre una cuenca hidrográfica comunes, constituirán de conformidad con la reglamentación que expida el Gobierno Nacional, una comisión conjunta encargada de concertar, armonizar y definir políticas para el manejo ambiental correspondiente.

El Gobierno Nacional reglamentará los procedimientos de concertación para el adecuado y armónico manejo de áreas de confluencia de jurisdicciones entre las Corporaciones Autónomas Regionales y el Sistema de Parques Nacionales o Reservas.

Cuando dos o más Corporaciones Autónomas Regionales tengan a su cargo la gestión de ecosistemas comunes, su administración deberá efectuarse mediante convenios, conforme a los lineamientos trazados por el Ministerio del Medio Ambiente;

DE LAS LICENCIAS AMBIENTALES

ARTICULO 49. De la Obligatoriedad de la Licencia Ambiental. La ejecución de obras, el establecimiento de industrias o el desarrollo de cualquier actividad, que de acuerdo con la ley y los reglamentos, pueda producir deterioro grave a los recursos naturales renovables o al medio ambiente o introducir modificaciones considerables o notorias al paisaje requerirán de una Licencia Ambiental.

ARTICULO 50. De La Licencia Ambiental. Se entiende por Licencia Ambiental la autorización que otorga la autoridad ambiental competente para la ejecución de una obra o actividad, sujeta al cumplimiento por el beneficiario de la licencia de los requisitos que la misma establezca en relación con la prevención, mitigación, corrección, compensación y manejo de los efectos ambientales de la obra o

actividad autorizada.

ARTICULO 51. Competencia. Las Licencias Ambientales serán otorgadas por el Ministerio del Medio Ambiente, las Corporaciones Autónomas Regionales y algunos municipios y distritos, de conformidad con lo previsto en esta Ley.

En la expedición de las licencias ambientales y para el otorgamiento de los permisos, concesiones y autorizaciones se acatarán las disposiciones relativas al medio ambiente y al control, la preservación y la defensa del patrimonio ecológico, expedidas por las entidades territoriales de la jurisdicción respectiva.

ARTICULO 52. Competencia del Ministerio del Medio Ambiente. El Ministerio del Medio Ambiente otorgará de manera privativa la Licencia Ambiental en los siguientes casos:

1. Ejecución de obras y actividades de exploración, explotación, transporte, conducción y depósito de hidrocarburos y construcción de refinerías.
2. Ejecución de proyectos de gran minería.
3. Construcción de presas, represas o embalses con capacidad superior a doscientos millones de metros cúbicos, y construcción de centrales generadoras de energía eléctrica que excedan de 100.000 Kw de capacidad instalada así como el tendido de las líneas de transmisión del sistema nacional de interconexión eléctrica y proyectos de exploración y uso de fuentes de energía alternativa virtualmente contaminantes.
4. Construcción o ampliación de puertos marítimos de gran calado.
5. Construcción de aeropuertos internacionales.
6. Ejecución de obras públicas de las redes vial, fluvial y ferroviaria nacionales.
7. Construcción de distritos de riego para más de 20.000 hectáreas.
8. Producción e importación de pesticidas, y de aquellas sustancias, materiales o productos sujetos a controles por virtud de tratados, convenios y protocolos internacionales.
9. Proyectos que afecten el Sistema de Parques Nacionales Naturales.
10. Proyectos que adelanten las Corporaciones Autónomas Regionales a que hace referencia el numeral 19 del artículo 31 de la presente Ley.
11. Transvase de una cuenca a otra de corrientes de agua que excedan de 2 mt³/segundo durante los períodos de mínimo caudal.
12. Introducción al país de parentales para la reproducción de especies foráneas de fauna y flora silvestre que puedan afectar la estabilidad de los ecosistemas o de la vida salvaje.
13. Generación de energía nuclear.

PARAGRAFO 1. La facultad de otorgar licencias ambientales para la construcción de puertos se hará sin perjuicio de la competencia legal de la Superintendencia General de Puertos de otorgar concesiones

portuarias. No obstante la licencia ambiental es prerequisite para el otorgamiento de concesiones portuarias.

PARAGRAFO 2. El Ministerio del Medio Ambiente otorgará una Licencia Ambiental Global para la explotación de campos petroleros y de gas, sin perjuicio de la potestad de la autoridad ambiental para adicionar o establecer condiciones ambientales específicas requeridas en cada caso, dentro del campo de producción autorizado.

ARTICULO 53. De la Facultad de las Corporaciones Autónomas Regionales para Otorgar Licencias Ambientales. El Gobierno Nacional por medio de reglamento establecerá los casos en que las Corporaciones Autónomas Regionales otorgarán Licencias Ambientales y aquellos en que se requiera Estudio de Impacto Ambiental y Diagnóstico Ambiental de Alternativas.

ARTICULO 54. Delegación. Las Corporaciones Autónomas Regionales podrán delegar en las entidades territoriales el otorgamiento de licencias, concesiones, permisos y autorizaciones que les corresponda expedir, salvo para la realización de obras o el desarrollo de actividades por parte de la misma entidad territorial.

ARTICULO 55. De las Competencias de las Grandes Ciudades. Los municipios, distritos y áreas metropolitanas cuya población urbana sea superior a 1.000.000 habitantes serán competentes, dentro de su perímetro urbano, para el otorgamiento de licencias ambientales, permisos, concesiones y autorizaciones cuya expedición no esté atribuida al Ministerio del Medio Ambiente.

ARTICULO 56. Del Diagnóstico Ambiental de Alternativas. En los proyectos que requieran Licencia Ambiental, el interesado deberá solicitar en la etapa de factibilidad a la autoridad ambiental competente, que ésta se pronuncie sobre la necesidad de presentar o no un Diagnóstico Ambiental de Alternativas. Con base en la información suministrada, la autoridad ambiental decidirá sobre la necesidad o no del mismo y definirá sus términos de referencia en un plazo no mayor de 30 días hábiles.

El Diagnóstico Ambiental de Alternativas incluirá información sobre la localización y características del entorno geográfico, ambiental y social de las alternativas del proyecto, además de un análisis comparativo de los efectos y riesgos inherentes a la obra o actividad, y de las posibles soluciones y medidas de control y mitigación para cada una de las alternativas.

Con base en el Diagnóstico Ambiental de Alternativas presentado, la autoridad elegirá, en un plazo no mayor de 60 días, la alternativa o las alternativas sobre las cuales deberá elaborarse el correspondiente Estudio de Impacto Ambiental antes de otorgarse la respectiva licencia.

ARTICULO 57. Del Estudio de Impacto Ambiental. Se entiende por Estudio de Impacto Ambiental el conjunto de la información que deberá presentar ante la autoridad ambiental competente el peticionario de una Licencia Ambiental.

El Estudio de Impacto Ambiental contendrá información sobre la localización del proyecto, y los elementos abióticos, bióticos y socioeconómicos del medio que puedan sufrir deterioro por la respectiva obra o actividad, para cuya ejecución se pide la licencia, y la evaluación de los impactos que puedan producirse. Además, incluirá el diseño de los planes de prevención, mitigación, corrección y compensación de impactos y el plan de manejo ambiental de la obra o actividad.

La autoridad ambiental competente para otorgar la Licencia Ambiental fijará los términos de referencia de los estudios de impacto ambiental en un término que no podrá exceder de 60 días hábiles contados a

partir de la solicitud por parte del interesado.

ARTICULO 58. Del Procedimiento para Otorgamiento de Licencias Ambientales. El interesado en el otorgamiento de una Licencia Ambiental presentará ante la autoridad ambiental competente la solicitud acompañada del Estudio de Impacto Ambiental correspondiente para su evaluación. La autoridad competente dispondrá de 30 días hábiles para solicitar al interesado información adicional en caso de requerirse. Allegada la información requerida, la autoridad ambiental dispondrá de 15 días hábiles adicionales para solicitar a otras entidades o autoridades los conceptos técnicos o informaciones pertinentes, que deberán serle remitidos en un plazo no mayor de 60 días hábiles. Recibida la información o vencido el término del requerimiento de informaciones adicionales, la autoridad ambiental decidirá mediante resolución motivada sobre la viabilidad ambiental del proyecto o actividad y otorgará o negará la respectiva licencia ambiental en un término que no podrá exceder de 60 días hábiles.

PARAGRAFO. El Ministerio del Medio Ambiente dispondrá hasta de 120 días hábiles para otorgar la Licencia Ambiental Global y las demás de su competencia, contados a partir del acto administrativo de trámite que reconozca que ha sido reunida toda la información requerida, según el procedimiento previsto en este artículo.

ARTICULO 59. De la Licencia Ambiental Unica. A solicitud del peticionario, la autoridad ambiental competente incluirá en la Licencia Ambiental, los permisos, concesiones y autorizaciones necesarias para adelantar la obra o actividad.

En los casos en que el Ministerio del Medio Ambiente sea competente para otorgar la Licencia Ambiental, los permisos, concesiones y autorizaciones relacionados con la obra o actividad para cuya ejecución se pide la licencia, serán otorgados por el Ministerio del Medio Ambiente, teniendo en cuenta la información técnica suministrada por las Corporaciones Autónomas Regionales, las entidades territoriales correspondientes y demás entidades del Sistema Nacional del Ambiente.

TITULO IX

DE LAS FUNCIONES DE LAS ENTIDADES

TERRITORIALES Y DE LA PLANIFICACION AMBIENTAL

ARTICULO 63. Principios Normativos Generales. A fin de asegurar el interés colectivo de un medio ambiente sano y adecuadamente protegido, y de garantizar el manejo armónico y la integridad del patrimonio natural de la Nación, el ejercicio de las funciones en materia ambiental por parte de las entidades territoriales, se sujetará a los principios de armonía regional, gradación normativa y rigor subsidiario definidos en el presente artículo.

Principio de Armonía Regional. Los Departamentos, los Distritos, los Municipios, los Territorios Indígenas, así como las regiones y provincias a las que la ley diere el carácter de entidades territoriales, ejercerán sus funciones constitucionales y legales relacionadas con el medio ambiente y los recursos naturales renovables, de manera coordinada y armónica, con sujeción a las normas de carácter superior y a las directrices de la Política Nacional Ambiental, a fin de garantizar un manejo unificado, racional y coherente de los recursos naturales que hacen parte del medio ambiente físico y biótico del patrimonio natural de la nación.

Principio de Gradación Normativa. En materia normativa las reglas que dicten las entidades territoriales en relación con el medio ambiente y los recursos naturales renovables respetarán el carácter superior y la

preeminencia jerárquica de las normas dictadas por autoridades y entes de superior jerarquía o de mayor ámbito en la comprensión territorial de sus competencias. Las funciones en materia ambiental y de recursos naturales renovables, atribuidas por la Constitución Política a los Departamentos, Municipios y Distritos con régimen constitucional especial, se ejercerán con sujeción a la ley, los reglamentos y las políticas del Gobierno Nacional, el Ministerio del Medio Ambiente y las Corporaciones Autónomas Regionales.

Principio de Rigor Subsidiario. Las normas y medidas de policía ambiental, es decir, aquellas que las autoridades medioambientales expidan para la regulación del uso, manejo, aprovechamiento y movilización de los recursos naturales renovables, o para la preservación del medio ambiente natural, bien sea que limiten el ejercicio de derechos individuales y libertades públicas para la preservación o restauración del medio ambiente, o que exijan licencia o permiso para el ejercicio de determinada actividad por la misma causa, podrán hacerse sucesiva y respectivamente más rigurosas, pero no más flexibles, por las autoridades competentes del nivel regional, departamental, distri tal o municipal, en la medida en que se desciende en la jerarquía normativa y se reduce el ámbito territorial de las competencias, cuando las circunstancias locales especiales así lo ameriten, en concordancia con el artículo 51 de la presente Ley.

Los Actos Administrativos así expedidos deberán ser motivados, serán por su naturaleza apelables ante la autoridad superior, dentro del Sistema Nacional Ambiental (SINA), y tendrán una vigencia transitoria no superior a 60 días mientras el Ministerio del Medio Ambiente decide sobre la conveniencia de prorrogar su vigencia o de darle a la medida carácter permanente.

Los Actos Administrativos expedidos por las Corporaciones Autónomas Regionales que otorguen o nieguen licencias ambientales, serán apelables ante el Ministerio del Medio Ambiente, en los términos y condiciones establecidos por el Código Contencioso Administrativo.

ARTICULO 64. Funciones de los Departamentos. Corresponde a los Departamentos en materia ambiental, además de las funciones que le sean delegadas por la ley o de las que se le deleguen a los Gobernadores por el Ministerio del Medio Ambiente o por las Corporaciones Autónomas Regionales, las siguientes atribuciones especiales:

- 1) Promover y ejecutar programas y políticas nacionales, regionales y sectoriales en relación con el medio ambiente y los recursos naturales renovables.
- 2) Expedir, con sujeción a las normas superiores, las disposiciones departamentales especiales relacionadas con el medio ambiente.
- 3) Dar apoyo presupuestal, técnico, financiero y administrativo a las Corporaciones Autónomas Regionales, a los municipios y a las demás entidades territoriales que se creen en el ámbito departamental, en la ejecución de programas y proyectos y en las tareas necesarias para la conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables.
- 4) Ejercer, en coordinación con las demás entidades del Sistema Nacional Ambiental (SINA) y con sujeción a la distribución legal de competencias, funciones de control y vigilancia del medio ambiente y los recursos naturales renovables, con el fin de velar por el cumplimiento de los deberes del Estado y de los particulares en materia ambiental y de proteger el derecho a un ambiente sano.
- 5) Desarrollar, con la asesoría o la participación de las Corporaciones Autónomas Regionales, programas de cooperación e integración con los entes territoriales equivalentes y limítrofes del país vecino, dirigidos a fomentar la preservación del medio ambiente común y los recursos naturales

renovables binacionales.

6) Promover, cofinanciar o ejecutar, en coordinación con los entes directores y organismos ejecutores del Sistema Nacional de Adecuación de Tierras y con las Corporaciones Autónomas Regionales, obras y proyectos de irrigación, drenaje, recuperación de tierras, defensa contra las inundaciones y regulación de cauces o corrientes de agua. para el adecuado manejo y aprovechamiento de cuencas hidrográficas.

7) Coordinar y dirigir, con la asesoría de las Corporaciones Autónomas Regionales, las actividades de control y vigilancia ambientales intermunicipales, que se realicen en el territorio del departamento con el apoyo de la fuerza pública, en relación con la movilización, procesamiento, uso, aprovechamiento y comercialización de los recursos naturales renovables.

ARTICULO 65. Funciones de los Municipios, de los Distritos y del Distrito Capital de Santafé de Bogotá. Corresponde en materia ambiental a los municipios, y a los distritos con régimen constitucional especial, además de las funciones que les sean delegadas por la ley o de las que se deleguen o transfieran a los alcaldes por el Ministerio del Medio Ambiente o por las Corporaciones Autónomas Regionales, las siguientes atribuciones especiales:

1) Promover y ejecutar programas y políticas nacionales, regionales y sectoriales en relación con el medio ambiente y los recursos naturales renovables; elaborar los planes programas y proyectos ambientales municipales articulados a los planes, programas y proyectos regionales, departamentales y nacionales.

2) Dictar con sujeción a las disposiciones legales reglamentarias superiores, las normas necesarias para el control, la preservación y la defensa del patrimonio ecológico del municipio.

3) Adoptar los planes, programas y proyectos de desarrollo ambiental y de los recursos naturales renovables, que hayan sido discutidos y aprobados a nivel regional, conforme a las normas de planificación ambiental de que trata la presente Ley.

4) Participar en la elaboración de planes, programas y proyectos de desarrollo ambiental y de los recursos naturales renovables a nivel departamental.

5) Colaborar con las Corporaciones Autónomas Regionales, en la elaboración de los planes regionales y en la ejecución de programas, proyectos y tareas necesarios para la conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables.

6) Ejercer, a través del alcalde como primera autoridad de policía con el apoyo de la Policía Nacional y en coordinación con las demás entidades del Sistema Nacional Ambiental (SINA), con sujeción a la distribución legal de competencias, funciones de control y vigilancia del medio ambiente y los recursos naturales renovables, con el fin de velar por el cumplimiento de los deberes del Estado y de los particulares en materia ambiental y de proteger el derecho constitucional a un ambiente sano.

7) Coordinar y dirigir, con la asesoría de las Corporaciones Autónomas Regionales, las actividades permanentes de control y vigilancia ambientales que se realicen en el territorio del municipio o distrito con el apoyo de la fuerza pública, en relación con la movilización, procesamiento, uso, aprovechamiento y comercialización de los recursos naturales renovables o con actividades contaminantes y degradantes de las aguas, el aire o el suelo.

8) Dictar, dentro de los límites establecidos por la ley, los reglamentos y las disposiciones superiores, las

normas de ordenamiento territorial del municipio y las regulaciones sobre usos del suelo.

9) Ejecutar obras o proyectos de descontaminación de corrientes o depósitos de agua afectados por vertimientos del municipio, así como programas de disposición, eliminación y reciclaje de residuos líquidos y sólidos y de control a las emisiones contaminantes del aire.

10) Promover, cofinanciar o ejecutar, en coordinación con los entes directores y organismos ejecutores del Sistema Nacional de Adecuación de Tierras y con las Corporaciones Autónomas Regionales, obras y proyectos de irrigación, drenaje, recuperación de tierras, defensa contra las inundaciones y regulación de cauces o corrientes de agua, para el adecuado manejo y aprovechamiento de cuencas y micro-cuencas hidrográficas.

PARAGRAFO. Las Unidades Municipales de Asistencia Técnica Agropecuaria a Pequeños Productores, Umatas, prestarán el servicio de asistencia técnica y harán transferencia de tecnología en lo relacionado con la defensa del medio ambiente y la protección de los recursos naturales renovables.

ARTICULO 66. Competencias de Grandes Centros Urbanos. Los municipios, distritos o áreas metropolitanas cuya población urbana fuere igual o superior a un millón de habitantes (1.000.000) ejercerán dentro del perímetro urbano las mismas funciones atribuidas a las Corporaciones Autónomas Regionales, en lo que fuere aplicable al medio ambiente urbano. Además de las licencias ambientales, concesiones, permisos y autorizaciones que les corresponda otorgar para el ejercicio de actividades o la ejecución de obras dentro del territorio de su jurisdicción, las autoridades municipales, distritales o metropolitanas tendrán la responsabilidad de efectuar el control de vertimientos y emisiones contaminantes, disposición de desechos sólidos y de residuos tóxicos y peligrosos, dictar las medidas de corrección o mitigación de daños ambientales y adelantar proyectos de saneamiento y descontaminación.

Los municipios, distritos o áreas metropolitanas de que trata el presente artículo asumirán ante las Corporaciones Autónomas Regionales la obligación de transferir el 50% del recaudo de las tasas retributivas o compensatorias causadas dentro del perímetro urbano y de servicios, por el vertimiento de efluentes contaminantes conducidos por la red de servicios públicos y arrojados fuera de dicho perímetro, según el grado de materias contaminantes no eliminadas con que se haga el vertimiento.

TITULO X

DE LOS MODOS Y PROCEDIMIENTOS DE PARTICIPACION CIUDADANA

ARTICULO 69. Del Derecho a Intervenir en los Procedimientos Administrativos Ambientales. Cualquier persona natural o jurídica, pública o privada, sin necesidad de demostrar interés jurídico alguno, podrá intervenir en las actuaciones administrativas iniciadas para la expedición, modificación o cancelación de permisos o licencias de actividades que afecten o puedan afectar el medio ambiente o para la imposición o revocación de sanciones por el incumplimiento de las normas y regulaciones ambientales.

ARTICULO 70. Del Trámite de las Peticiones de Intervención. La entidad administrativa competente al recibir una petición para iniciar una actuación administrativa ambiental o al comenzarla de oficio dictará un acto de iniciación de trámite que notificará y publicará en los términos de los artículos 14 y 15 del Código Contencioso Administrativo y tendrá como interesado a cualquier persona que así lo manifieste con su correspondiente identificación y dirección domiciliaria.

Para efectos de la publicación a que se refiere el presente artículo toda entidad perteneciente al Sistema

Nacional Ambiental publicará un Boletín con la periodicidad requerida que se enviará por correo a quien lo solicite.

ARTICULO 71. De la Publicidad de las Decisiones sobre el Medio Ambiente. Las decisiones que pongan término a una actuación administrativa ambiental para la expedición, modificación o cancelación de una licencia o permiso que afecte o pueda afectar el medio ambiente y que sea requerida legalmente, se notificará a cualquier persona que lo solicite por escrito, incluido el directamente interesado en los términos del artículo 44 del Código Contencioso Administrativo y se le dará también la publicidad en los términos del artículo 45 del Código Contencioso Administrativo, para lo cual se utilizará el Boletín a que se refiere el artículo anterior.

ARTICULO 72. De las Audiencias Públicas Administrativas sobre Decisiones Ambientales en Trámite. El Procurador General de la Nación o el Delegado para Asuntos Ambientales, el Defensor del Pueblo, el Ministro del Medio Ambiente, las demás autoridades ambientales, los gobernadores, los alcaldes o por lo menos cien (100) personas o tres (3) entidades sin ánimo de lucro, cuando se desarrolle o pretenda desarrollarse una obra o actividad que pueda causar impacto al medio ambiente o a los recursos naturales renovables, y para la cual se exija permiso o licencia ambiental conforme a la ley o a los reglamentos, podrán solicitar la realización de una audiencia pública que se celebrará ante la autoridad competente para el otorgamiento del permiso o la licencia ambiental respectiva.

La audiencia de que trata el presente artículo se celebrará con anticipación al acto que le ponga término a la actuación administrativa, bien sea para la expedición, la modificación o la cancelación de un permiso o licencia ambiental.

La audiencia pública será convocada por la autoridad administrativa ante la cual se solicita, mediante edicto, con una anticipación de por lo menos 30 días a la toma de la decisión a debatir. El edicto comunicará la fecha, lugar y hora de celebración y el objeto de la audiencia. Será presidida por el jefe de la entidad competente o su delegado. El edicto permanecerá fijado en secretaría por 10 días, dentro de los cuales deberá ser publicado en un diario de circulación nacional y en el Boletín de la respectiva entidad.

En la audiencia pública podrán intervenir un representante de los peticionarios, los interesados, las autoridades competentes, expertos y organizaciones sin ánimo de lucro que hayan registrado con anterioridad escritos pertinentes al debate, y de la misma se levantará un acta. En la audiencia podrán recibirse las informaciones y pruebas que se consideren conducentes. La decisión administrativa deberá ser motivada, teniendo en cuenta las intervenciones y pruebas recogidas durante la audiencia.

La celebración de la audiencia suspende los términos del procedimiento administrativo para el otorgamiento de licencias o permisos y se hace sin perjuicio de las facultades atribuidas a la autoridad competente para expedir el acto administrativo correspondiente.

También podrá celebrarse una audiencia pública, durante la ejecución de una obra que haya requerido permiso o licencia ambiental, cuando fuere manifiesta la violación de los requisitos exigidos para su otorgamiento o de las normas ambientales.

ARTICULO 73. De la conducencia de la Acción de Nulidad. La acción de nulidad procede contra los actos administrativos mediante los cuales se expide, modifica o cancela un permiso, autorización, concesión o Licencia Ambiental de una actividad que afecte o pueda afectar el medio ambiente.

ARTICULO 74. Del Derecho de Petición de Informaciones. Toda persona natural o jurídica tiene derecho a formular directamente petición de información en relación con los elementos susceptibles de

producir contaminación y los peligros que el uso de dichos elementos pueda ocasionar a la salud humana de conformidad con el artículo 16 de la Ley 23 de 1973. Dicha petición debe ser respondida en 10 días hábiles. Además, toda persona podrá invocar su derecho a ser informada sobre el monto y utilización de los recursos financieros, que están destinados a la preservación del medio ambiente.

ARTICULO 75. De la Intervención del Ministro del Medio Ambiente en los Procedimientos Judiciales por Acciones Populares. Las acciones populares de que trata el artículo 8° de la Ley 9ª. de 1989 y el artículo 118 del Decreto 2303 de 1989 deberán ser notificadas al Ministro del Medio Ambiente. Este o su apoderado emitirán concepto sobre cualquier proyecto de transacción sometido por las partes procesales para su aprobación al Juez competente, en audiencia pública que se celebrará previamente a esta decisión.

Recibido el proyecto en el Despacho el Juez ordenará la celebración de audiencia pública dentro de los 30 días siguientes mediante edicto que se fijará en la secretaría por 10 días, durante los cuales se publicará en un periódico de circulación nacional. El edicto contendrá un extracto de las cláusulas referentes a las pretensiones de la demanda relacionadas con la protección del medio ambiente.

En la audiencia podrán intervenir las partes, el Ministerio del Medio Ambiente, la entidad responsable del recurso, las personas naturales o jurídicas que hayan registrado comentarios escritos sobre el proyecto, y en ella el juez podrá decretar y recibir pruebas. La aprobación o rechazo del proyecto de transacción se proferirá al término de la audiencia.

El Juez conservará competencia para verificar el cumplimiento de las transacciones y podrá en cualquier momento darle curso a las acciones populares originadas en el incumplimiento de la transacción. Salvo lo dispuesto en este artículo, en el trámite de acciones populares se observará el procedimiento señalado en el Decreto 2651 de 1991, el cual se adopta como norma legal permanente. Los Jueces Municipales serán competentes en primera instancia si los procesos son de mínima cuantía y los Jueces del Circuito lo serán si son de mayor cuantía.

TITULO XI

DE LA ACCION DE CUMPLIMIENTO

EN ASUNTOS AMBIENTALES

ARTICULO 77. Del Procedimiento de la Acción de Cumplimiento. El efectivo cumplimiento de las leyes o actos administrativos que tengan relación directa con la protección y defensa del medio ambiente podrá ser demandado por cualquier persona natural o jurídica, a través del procedimiento de ejecución singular regulado en el Código de Procedimiento Civil.

ARTICULO 78. Competencia. Si el cumplimiento proviniera de una autoridad del orden nacional, será competente para conocer del proceso de ejecución, en primera instancia, el Tribunal Contencioso Administrativo de Cundinamarca; en los demás casos, el Tribunal Administrativo correspondiente a la jurisdicción de la autoridad demandada.

ARTICULO 79. Requerimiento. Para librar el mandamiento de Ejecución, el Juez del conocimiento requerirá al jefe o director de la entidad demandada para que por escrito manifieste la forma como se está cumpliendo con las leyes y actos administrativos invocados.

ARTICULO 80. Mandamiento de Ejecución. Pasados ocho días hábiles, sin que se obtenga respuesta del funcionario se procederá a decretar la ejecución. En el mandamiento de ejecución se condenará en

costas al funcionario renuente y a la entidad que pertenezca, quienes serán solidariamente responsables de su pago.

ARTICULO 81. Desistibilidad. En ningún caso podrá el actor desistir de sus pretensiones.

ARTICULO 82. Imprescriptibilidad. La ejecución del cumplimiento es imprescriptible.

TITULO XII

DE LAS SANCIONES Y MEDIDAS DE POLICIA

ARTICULO 84. Sanciones y Denuncias. Cuando ocurriere violación de las normas sobre protección ambiental o sobre manejo de recursos naturales renovables, el Ministerio del Medio Ambiente o las Corporaciones Autónomas Regionales impondrán las sanciones que se prevén en el artículo siguiente, según el tipo de infracción y la gravedad de la misma. Si fuere el caso, denunciarán el hecho ante las autoridades competentes para que se inicie la investigación penal respectiva.

ARTICULO 85. Tipos de Sanciones. El Ministerio del Medio Ambiente y las Corporaciones Autónomas Regionales impondrán al infractor de las normas sobre protección ambiental o sobre manejo y aprovechamiento de recursos naturales renovables, mediante resolución motivada y según la gravedad de la infracción, los siguientes tipos de sanciones y medidas preventivas:

1) Sanciones:

- a) Multas diarias hasta por una suma equivalente a 300 salarios mínimos mensuales, liquidados al momento de dictarse la respectiva resolución;
- b) Suspensión del registro o de la licencia, la concesión, permiso o autorización;
- c) Cierre temporal o definitivo del establecimiento, edificación o servicio respectivo y revocatoria o caducidad del permiso o concesión;
- d) Demolición de obra, a costa del infractor, cuando habiéndose adelantado sin permiso o licencia, y no habiendo sido suspendida, cause daño evidente al medio ambiente o a los recursos naturales renovables;
- e) Decomiso definitivo de individuos o especímenes de fauna o flora o de productos o implementos utilizados para cometer la infracción.

2) Medidas preventivas:

- a) Amonestación verbal o escrita;
- b) Decomiso preventivo de individuos o especímenes de fauna o flora o de productos e implementos utilizados para cometer la infracción;
- c) Suspensión de obra o actividad, cuando de su prosecución pueda derivarse daño o peligro para los recursos naturales renovables o la salud humana, o cuando la obra o actividad se haya iniciado sin el respectivo permiso, concesión, licencia o autorización;
- d) Realización dentro de un término perentorio, los estudios y evaluaciones requeridas para establecer la

naturaleza y características de los daños, efectos e impactos causados por la infracción, así como las medidas necesarias para mitigarlas o compensarlas.

PARAGRAFO 1. El pago de las multas no exime al infractor de la ejecución de las obras o medidas que hayan sido ordenadas por la entidad responsable del control, ni de la obligación de restaurar el medio ambiente y los recursos naturales renovables afectados;

PARAGRAFO 2. Las sanciones establecidas por el presente artículo se aplicarán sin perjuicio del ejercicio de las acciones civiles y penales a que haya lugar;

PARAGRAFO 3. Para la imposición de las medidas y sanciones a que se refiere este artículo se estará al procedimiento previsto por el Decreto 1594 de 1984 o al estatuto que lo modifique o sustituya;

PARAGRAFO 4. En el caso del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, las sanciones contempladas en los artículos 28, 29 y 35 de la Ley 47 de 1993, se aplicarán, sin perjuicio de las previstas en este artículo.

ARTICULO 86. Del Mérito Ejecutivo. Las resoluciones que impongan multas y sanciones pecuniarias expedidas por las corporaciones, a que hacen referencia estas disposiciones, y que cumplan con la ley y disposiciones reglamentarias, prestarán mérito ejecutivo.

ARTICULO 118. Vigencia. La presente Ley rige a partir de la fecha de su promulgación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias, especialmente el artículo 12 de la Ley 56 de 1981, y los artículos 18, 27, 28 y 29 del Decreto Legislativo 2811 de 1974 y el artículo 23 de la Ley 47 de 1993.

El Presidente del honorable Senado de la República, JORGE RAMON ELIAS NADER.

El Secretario General del honorable Senado de la República, PEDRO PUMAREJO VEGA.

El Presidente de la honorable Cámara de Representantes, FRANCISCO JOSE JATTIN SAFAR.

El Secretario General de la honorable Cámara de Representantes, DIEGO VIVAS TAFUR.

REPUBLICA DE COLOMBIA - GOBIERNO NACIONAL

Publíquese y ejecútese.

Dada en Santafé de Bogotá, D.C., **22 de diciembre de 1993.**

CESAR GAVIRIA TRUJILLO

El Ministro de Hacienda y Crédito Público, Rudolf Hommes Rodríguez.

El Ministro de Agricultura, José Antonio Ocampo Gaviria.

DIARIO OFICIAL. AÑO CXXIX. N. 41146. 22, DICIEMBRE, 1993. PAG. 1

ANEXO 12.

COTIZACION 156

LA CASA DEL MULTIMUEBLE
CRA 17 NO. 52-42 6835609
BUCARAMANGA

SEÑORA:
ANGELICA MARIA SERRANO
CIUDAD

POR MEDIO DE LA PRESENTE NOS PERMITIMOS COTIZARLE LOS
SIGUIENTES ELEMENTOS PARA LA OFICINA.

• MESA PARA COMPUTADOR EN MADERA	\$180.000
• ARCHIVADOR DE 4 GAVETAS-MÉTALICO	\$200.000
• ESCRITORIO TIPO GERENTE	\$250.000
• ESCRITORIO TIPO SECRETARIA	\$100.000
• SILLA GIRATORIA (2)	\$160.000
• CARTELERA DE MADERA DE 60*90 CM	\$150.000

ÉSTOS PRECIOS SON DE CONTADO. SE MANTIENE LOS PRECIOS
DE COTIZACION POR 120 DIAS.

ESTAMOS GUSTOSOS DE PODERLE ATENDER.

ATENTAMENTE:


MONICA ZAMBRANO
VENTAS

BUCARAMANGA 16 DE ABRIL DE 2004

ANEXO 14.

FORM - EXTINSOL PROF. No. 7 N.O. de 2082-00-0000-11

EXTINSOL
EXTINTORES Y SOLDADURAS

Soldaduras - Equipos para Soldar y Accesorios
Seguridad Industrial - Equipos contra incendio

Bucaramanga, Agosto 11 de 2.004

Señoras:
ANGELICA SERRANO
TEL: 6434208

COTIZACIÓN

1 Extintor de 5 libras de capacidad
 Polvo químico seco, clase BC. \$ 30.000.00

**GARANTIA DE SERVICIO UN AÑO
REGIMEN SIMPLIFICADO**

** Quedamos en espera de sus grates ordenes **

Cordialmente,


EXTINSOL
EXTINTORES Y SOLDADURAS
Benedicto Cordero G.
TEL: 6434208

**BENEDICTO CORDERO G.
ASESOR INDUSTRIAL**

Calle 22 No. 16-33 - Telefax: 6338230 - Tel. 6394836 - Bucaramanga

VICTOR **AIR** **EXTINTORES** **BLACK & DECKER**

ANEXO 15.



**ARMY
COMPUTO**


WWW.ARMYCOMPUTO.COM

RIT. 804.008.899-7
Resolución DIAN No. 04-0000047493
Fecha: 2005/07/05 Numeración Autorizada del 2001 al 10000

ANEXO 15.
FACTURA DE VENTA
RÉGIMEN COMÚN **Nº 2257**

<p>Fecha de Factura: 1 Mar 2004 1/004</p> <p>Cliente: LOS GALACTICOS LTDA Ci 105 No. 29 - 98 Bucaramanga</p>	<p>Condiciones de pago: CONTADO</p> <p>Método de Envío: Personero</p> <p>Vendedor: DAZ LINA YANETH</p> <p>Cantón: 313 Orden del Cliente: COTIZACION</p> <p>Fecha envío: 1 Mar 2004 Vence: 1 Mar 2004</p>
---	---

Cantidad	Descripción	Valor Unit	valor Total
1.00	MICROCOMPUTADOR	1,330,000.00	1,330,000.00
1.00	CAJA ATX LIJUD 003 180CM 15031		
1.00	BOARD INTEL 845 PIV REF GUSR		
1.00	PROC PIV 2800 MHZ (503)		
1.00	DISCO DURO DE 40 GB 7200		
1.00	DRIVE 3 1/2" BLANCO		
1.00	TAX MDCEN 59K PCI OEM		
1.00	TARJETA DE RED 10/100		
1.00	QUEMADOR 52X LG		
1.00	MEMORIA DDR 256 MB PC2190(204)		
1.00	MONITOR 15 PUL SAMSUNG		
1.00	TECLADO PS2 GENIUS REF KB08		
1.00	MOUSE 3B PS2 GENIUS NETSCROOL		
1.00	PARLANTE 240W NORMAL		
1.00	FORRO KIT LIJUD 15 PUL		
1.00	SOFTWARE WINDOWS XP PROFESIONA	496,000.00	496,000.00
	LICENCIA 02045-454-075-398		
	CAJA 02011-TECLADO INTEL 025481-303-PROCL351A969-MEMORIA		
	77790-050061N0745E-DRIVE 04185515-QUEMADOR		
	3261E143261		
	TFAX07192- MOUSE 01235-TECLADO 2M3A2008725-PARLANTE		
	07705		
	MONITOR AN15HXWAD5947 CON MANUAL Y CD		
	INSTALACION ACCESORIOS COMPUTOS(1)UN AÑO GARANTIA		
<p>Subtotal: 2,426,000.00</p> <p>I.V.A. 388,160.00</p> <p>TOTAL: 2,814,160.00</p>			

Entregado por: 

Firma y Sello Cliente

249

Carrera 30 No. 17-51
E-mail: armycomputoltda@hotmail.com

Tel/Fax: 0347678 - 0347678 - 0321347
0321375 - BUCARAMANGA



unicoinputo
 SERVICIOS DE INGENIERIA EN SISTEMAS DE INFORMACION
 SISTEMAS DE INGENIERIA EN SISTEMAS DE INFORMACION
ANEXO 16

CARRERA 23 No. 43 - 123
 CENTRO COMERCIAL GRATAMPA
 LOCAL 111 TELSPINO - NICOSIA

FACTURA CANCELADA
 Y CANCELADA
 N° 1585
 FECHA DE FACTURACION

NUMERO	ANGELICA MARIA SERRANO PEREZ	60-DIGIT	63.524.365
TERMINO		TIPO	
ENVOIA			

DESCRIPCION	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
[Watermark: A large diamond shape with a globe inside]			
BON:		SUB TOTAL \$	
		IVA %	
		TOTAL \$	

La presente Factura Cancelada de Compraventa es válida en todos sus efectos legales a la Luz de la Ley de Comercio (Decreto de Comercio Artículo 174 numeral 6).
 La línea puede ser recibida en cualquier momento, momento u otro canal de venta a nombre del comprador. Inicial su utilización en el sistema de facturación del Código de Comercio a que viene sometida de la antigüedad y vigencia de la mercancía. La mercancía no puede ser devuelta, devuelta, devuelta o devuelta.
 UNICOINPUTO

Entregado:	Recibido:
UNICOINPUTO	250 C.C. = HT

*** El cuerpo de beeperes de la STICORSA se forma de manera voluntaria ***

VALOR DEL BEEPSENDER:

250.000.000.000

EQUIPOS BEEPER:

Motorola (cables)	5 0
Philips (cables)	5 0

***** CONTRATO DE PERMANENCIA 1 AÑO *****

NOTAS:

- *** Para la compra mensual de equipos de beeperes se requiere (verificar)
- *** Para poder comprar los beeperes (cables) se requiere una suma (240.000) incluido IVA.
- *** Todos los beeperes se prestan a favor de todo el grupo y no por individuo.
- *** Los equipos están sujetos a inventario.
- *** El mantenimiento de los beeperes es voluntario gratis.
- *** En garantía de los equipos se requiere de los partes de compra.

REQUISITOS

- | | |
|------------------------------|---|
| - PERSONA NATURAL | - EMPRESAS |
| ** 2 Fotos | - 2 Suscriptos de Cámara de Comercio o de |
| ** 2 Pasaportes de la cédula | - Firma del Representante Legal |

Reservados a consideracion de ustedes los resultados de esta prueba y el informe que se les presentara oportunamente.

Quedo a la espera de sus noticias para poder dar seguimiento al momento que necesite respuesta.

Reflexione al respecto y me avisará por favor de los resultados de esta prueba para poder dar seguimiento oportuno.

En espera de sus noticias y pronta respuesta quedo a la espera de sus noticias y pronta respuesta.

Atentamente,

JUAN CARLOS FLORES
Calle 15 de Agosto No. 100
Teléfono 6277119
Calle 15 de Agosto No. 100

